

ANALISIS INTELIJEN BISNIS
PRODUK KEMEJA KATUN PRIA ATAU ANAK
LAKI-LAKI

DI NEGARA INDIA



INDONESIAN TRADE PROMOTION CENNETE

CHENNAI - INDIA

2022

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, ITPC Chennai telah menyelesaikan Intelijen Bisnis edisi 2022 yang berjudul “Intelijen Bisnis Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-Laki di Pasar India”. Intelijen Bisnis ini merupakan pembahasan singkat tentang potensi dan kondisi pasar kemeja katun pria atau anak laki-laki di India. Penulisan Intelijen Bisnis ini mengacu pada keputusan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2021 tentang Perwakilan Perdagangan di Luar Negeri.

Pembuatan Intelijen Bisnis ini merupakan bagian dari tugas ITPC di luar negeri yang merupakan informasi terkini tentang suatu produk di suatu negara, mencakup peraturan, potensi dan strategi, peluang dan hambatan, serta informasi yang diperlukan lainnya. Dengan demikian Intelijen Bisnis ini diharapkan dapat membantu upaya peningkatan pemasaran Produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia di pasar India.

Untuk kesempurnaan kajian pasar ini, kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat dan dapat memperkaya informasi dunia perdagangan luar negeri kita.

Terima kasih

Indonesian Trade Promotion Center Chennai

RINGKASAN EKSEKUTIF

Industri kemeja katun pria atau anak laki-laki di India mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini karena pembeli pria cenderung fokus pada kualitas dan gaya, memilih untuk membeli pakaian berkualitas tinggi. Masa depan belanja *online* untuk pria akan terus berkembang seiring dengan meningkatnya penerimaan konsumen terhadap internet sebagai saluran belanja alternatif.

Dalam memenuhi kebutuhan produk kemeja katun pria atau anak laki-laki dalam negeri, India juga melakukan impor untuk produk tersebut. India mengimpor produk tersebut dari berbagai negara di dunia selama 2016 hingga 2021 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak menentu setiap tahunnya namun secara keseluruhan selama 6 tahun terakhir mengalami *trend* yang positif yaitu sebesar 8,14%.

India menempati peringkat ke-20 sebagai negara tujuan ekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia dengan nilai sebesar USD 0,40 Juta atau setara dengan 0,25 % total produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia pada tahun 2021. Melihat kondisi ini, produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia perlu terus ditingkatkan ekspornya ke India mengingat India sangat potensial. Selain itu, produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia juga masih memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional.

Negara kompetitor utama untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia di pasar India adalah negara Bangladesh, China, Spanyol, dan Viet Nam. Produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia memiliki kualitas yang tidak kalah dengan produk impor. Indonesia merupakan eksporter ke-10 untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di dunia dengan nilai ekspor USD 191,25 Juta pada tahun 2020 atau memiliki pangsa sebesar 2,51 %. Produk kemeja katun pria atau anak laki-laki memberikan kontribusi ekspor dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia, sehingga industri kemeja katun laki-laki merupakan industri yang patut diperhitungkan dalam perlu di kembangkan ke depan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
RINGKASAN EKSEKUTIF	2
DAFTAR ISI	3
DAFTAR TABEL.....	5
DAFTAR GAMBAR	6
BAB I PENDAHULUAN.....	7
1.1 TUJUAN	7
1.2 METODOLOGI.....	7
1.3 BATASAN PRODUK	7
1.4. GAMBARAN UMUM NEGARA	8
BAB II PELUANG PASAR PRODUK.....	17
2.1. TREN PRODUK.....	17
2.2. STRUKTUR PASAR	22
2.3. SALURAN DISTRIBUSI.....	29
2.4. PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA	31
BAB III PERSYARATAN PRODUK.....	34
3.1. KETENTUAN PRODUK	34
3.2. KETENTUAN PEMASARAN	36
3.4. INFORMASI HARGA	38
3.5. KOMPETITOR	39
BAB IV KESIMPULAN	44
LAMPIRAN	46
1. DAFTAR IMPORTIR	46
2. DAFTAR PAMERAN	48

3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA	49
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian rodok yang tercakup dalam kode HS 620520	8
Tabel 2. Kondisi Ekonomi Makro India.....	10
Tabel 3. Indikator Ekonomi Makro India.....	15
Tabel 4. Transportasi dan Infrastuktur di India.....	15
Tabel 5. Daftar Bandar Udara di India.....	15
Tabel 6. Daftar Pelabuhan di India.....	16
Tabel 7. Impor Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki (Tidak Termasuk Rajutan atau Kaitan, Baju Tidur, Singlet dan Rompi Lainnya) (Kode HS 620520)	19
Tabel 8. Impor Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki (Tidak Termasuk Rajutan atau Kaitan, Baju Tidur, Singlet dan Rompi Lainnya) (Kode HS 620520) India dari Dunia (Berdasarkan Negara Asal).....	20
Tabel 9. Ekspor Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) (HS 620520) Indonesia ke Dunia Berdasarkan Negara Tujuan	21
Tabel 10. Tarif Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-Laki di India.....	35
Tabel 11. <i>Import Duty</i> Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki di India	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-Laki.....	8
Gambar 2. Wilayah India dan Perbatasannya	9
Gambar 3. Piramida Usia Penduduk India tahun 2021	11
Gambar 4. Inflasi India	12
Gambar 5. Produk Domestik Bruto (PDB) dan Pertumbuhan PDB India.....	13
Gambar 6. Tantangan yang dihadapi India	14
Gambar 7. Volume Produk Kemeja Laki-laki di India.....	18
Gambar 8. Pendapatan Kemeja Laki-Laki di India.....	23
Gambar 9. Struktur Saluran Penjualan Di Pasar India untuk Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki.....	25
Gambar 10. <i>Brand</i> Pakaian Laki-Laki di India Tahun 2021	26
Gambar 11. Perusahaan Pakaian Laki-Laki di India.....	28
Gambar 12. Saluran Distribusi Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki- Laki di India.....	29
Gambar 13. Harga Shirt Laki-Laki di India	39
Gambar 14. Kompetitor Produk Kemeja Katun Pria Atau Anak Laki-Laki (Tidak Termasuk Rajutan Atau Kaitan, Baju Tidur, Singlet Dan Rompi Lainnya) Indonesia di Pasar India tahun 2021	40

BAB I PENDAHULUAN

1.1 TUJUAN

Tujuan disusunnya analisis intelijen bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan dinamika perdagangan produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India.
2. Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang posisi pesaing dan strategi pesaing di produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India.
3. Untuk memberikan strategi yang perlu dilakukan untuk memasuki pasar India bagi pelaku usaha yang baru dan ekspansi bagi pelaku usaha yang telah memasuki pasar India.

1.2 METODOLOGI

Analisis intelijen bisnis produk kemeja katun pria atau anak laki-laki ini disusun dengan menggunakan data primer (wawancara dengan pelaku usaha) dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* secara kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara, sedangkan kuantitatif dilakukan untuk menghitung kinerja perdagangan produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia di pasar India.

1.3 BATASAN PRODUK

Pengguna kemeja katun pria atau anak laki-laki tidak terbatas usia atau jenis pekerjaan, mulai dari seragam sekolah, pakaian kasual bagi mahasiswa, pakaian untuk kantor bagi pegawai, bahkan tak jarang pula produk ini dipakai sebagai seragam untuk pegawai restoran, hotel, dan sebagainya. Produk kemeja katun pria atau anak laki-laki juga sangat mudah ditemukan di toko pakaian, dengan model, harga, serta kualitas yang beragam.

Pakaian tidak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia, termasuk peran dan makna pakaian dalam tindakan sosial. Pakaian membawa

pesan tentang keberadaan seseorang, dan menggambarkan gaya hidup seorang individu atau suatu komunitas tertentu, yang merupakan suatu bagian dari kehidupan sosial. Salah satu bentuknya adalah kemeja katun pria atau anak laki-laki yang sering kali menjadi busana dalam beraktivitas sehari-hari.



Gambar 1. Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-Laki

Sumber: Indiamart (2022)

Analisis intelijen bisnis ini difokuskan untuk membahas produk yang tercakup pada dalam Produk Kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) yang masuk dalam kode HS 620520 dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian roduk yang tercakup dalam kode HS 620520

HS Code	Deskripsi
620520	Kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya)
62052000	Kemeja pria atau anak laki-laki dari katun (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya)
61099010	Dari kapas lainnya
61099090	Dari kapas handloom

Sumber: Tradestat (2022)

1.4. GAMBARAN UMUM NEGARA

India terletak di Asia Selatan, berbatasan dengan Laut Arab dan Teluk Benggala, antara Myanmar (1.468 km) dan Pakistan (3.190 km). Sebelah utara berbatasan dengan

RRT (2.659 km), Bhutan (659 km), dan Nepal (1.770 km), dan di sebelah timur berbatasan dengan Myanmar (1.468 km) dan Bangladesh (4.142 km). Luas wilayah India sebesar sepertiga dari wilayah Amerika Serikat dengan total wilayah India adalah 3.287.263 km persegi, dimana luas wilayah daratannya adalah 2.973.193 km persegi dan wilayah perairannya adalah 314.070 km persegi. India mempunyai garis pantai sepanjang 7.000 km dengan batas perairan laut territorial adalah 12 mil laut, zona berdampingan adalah 24 mil laut, zona ekonomi eksklusif adalah 200 mil laut, dan landas kontinen adalah 200 mil laut atau sepanjang tepi batas kontinen (*Central Intelligence Agency, 2022*).



Gambar 2. Wilayah India dan Perbatasannya

Sumber: *Central Intelligence Agency (2022)*

India memiliki iklim musim hujan yang khas. Di wilayah ini, angin permukaan mengalami pembalikan total dari Januari hingga Juli, dan menyebabkan dua jenis monsun. Di musim dingin, udara kering dan dingin dari darat di lintang utara mengalir barat daya (timur laut monsun), sedangkan di musim panas, hangat dan udara lembab berasal dari atas samudera dan mengalir ke arah yang berlawanan (monsun barat daya), terhitung sekitar 70-95 % dari curah hujan tahunan. Untuk sebagian besar wilayah India, curah hujan terjadi di bawah pengaruh monsun barat daya antara Juni dan September. Namun, di daerah pantai selatan dekat pantai timur (Tamil Nadu dan daerah sekitarnya)

sebagian besar curah hujan dipengaruhi oleh musim timur laut selama bulan Oktober dan November.

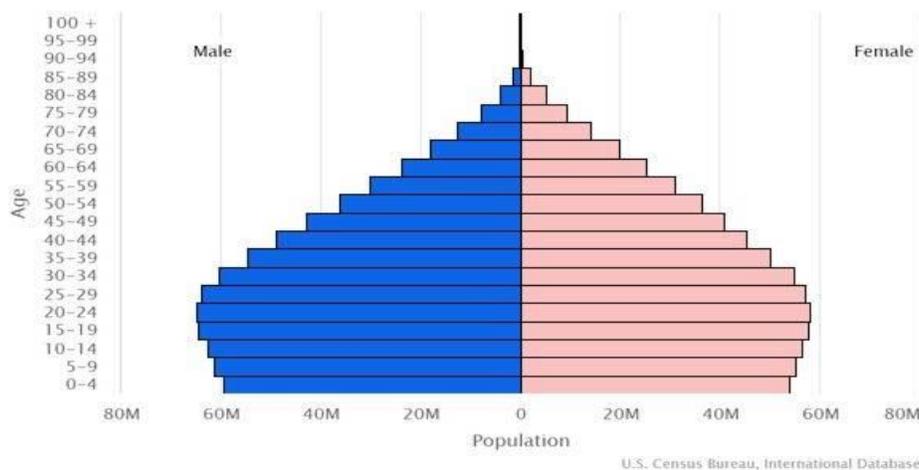
Tabel 2. Kondisi Ekonomi Makro India

Lokasi:	Asia Selatan, berbatasan dengan, berbatasan dengan Laut Arab dan Teluk Benggala, antara Myanmar dan Pakistan.	
Area:	Total:	3.287.263 km persegi
	Daratan:	2.973.193 km persegi
	Perairan:	314.070 km persegi
	Catatan:	Sepertiga luas wilayah Amerika Serikat
Batas Negara:	Laut Arab dan Teluk Benggala, antara Myanmar (1.468 km) dan Pakistan (3.190 km). Sebelah utara berbatasan dengan RRT (2.659 km), Bhutan (659 km), dan Nepal (1.770 km), dan di sebelah timur berbatasan dengan Myanmar (1.468 km) dan Bangladesh (4.142 km)	
Garis pantai:	7.000 km	
Iklim:	bervariasi dari musim monsun tropis di selatan hingga lebih dingin di utara	
Sumber daya alam:	Minyak mentah - produksi 709.000 barel / hari (perkiraan 2018); Produk minyak bumi sulingan - produksi 4.897 juta barel / hari (perkiraan 2015); Produk minyak sulingan - ekspor 1.305 juta barel / hari (perkiraan 2015); Gas alam - produksi 31,54 miliar m ³ (perkiraan 2017); Pendapatan hutan: 0,14% dari PDB (perkiraan 2018); Pendapatan batu bara: 1,15% dari PDB (perkiraan 2018)	
Penggunaan lahan:		
	Pertanian	60,5% tanah subur: 52,8%/ tanaman permanen: 4,2%/ padang rumput permanen: 3,5%
	Hutan	23,1%
	Lain-lain	16,4%
Distribusi populasi:	Kepadatan populasi yang sangat tinggi terjadi di sebagian besar negara; Inti populasi berada di utara sepanjang tepi Sungai Gangga, dengan lembah sungai lain dan wilayah pesisir selatan juga memiliki konsentrasi populasi yang besar. Populasi di beberapa kota besar India, antara lain 31 juta di New Delhi (ibukota), 20 juta	

di Mumbai, 14 juta di Kolkata, 12 juta di Bangalore, 11 juta di Chennai, dan 10 juta di Hyderabad.

Sumber: *Central Intelligence Agency (2022) and World Population Review (2022)*

Populasi India saat ini adalah 1.339.330.514 dengan tingkat pertumbuhan penduduk pada tahun 2020 sebesar 1,04% dan merupakan negara dengan populasi terbesar kedua di dunia. India terdiri dari beberapa etnis, yaitu Indo-Aryan sebesar 72%, Dravidian sebesar 25%, Mongoloid dan lainnya sebesar 3%. Bahasa yang digunakan di India pun bermacam-macam, diantaranya Hindi 43,6%, Bengali 8%, Marathi 6,9%, Telugu 6,7%, Tamil 5,7%, Gujarati 4,6%, Urdu 4,2%, Kannada 3,6%, Odia 3,1%, Malayalam 2,9%, Punjabi 2,7%, Assamese 1,3%, Maithili 1,1%, dan lainnya 5,6%. Bahasa tersebut di atas merupakan Bahasa pertama yang digunakan penduduk di India sesuai wilayah tempat tinggalnya. Sedangkan Bahasa kedua yang digunakan adalah Bahasa Inggris. India merupakan negara kedua terbanyak yang penduduknya menggunakan Bahasa Inggris setelah Amerika Serikat dengan jumlah sekitar 125 juta orang dari 1,3 miliar total penduduk. Prosentase Penduduk berdasarkan agama di India, yaitu Hindu 79,8%, Muslim 14,2%, Kristen 2,3%, Sikh 1,7%, lainnya 2%.



Gambar 3. Piramida Usia Penduduk India tahun 2021

Sumber: *Central Intelligence Agency (2022)*

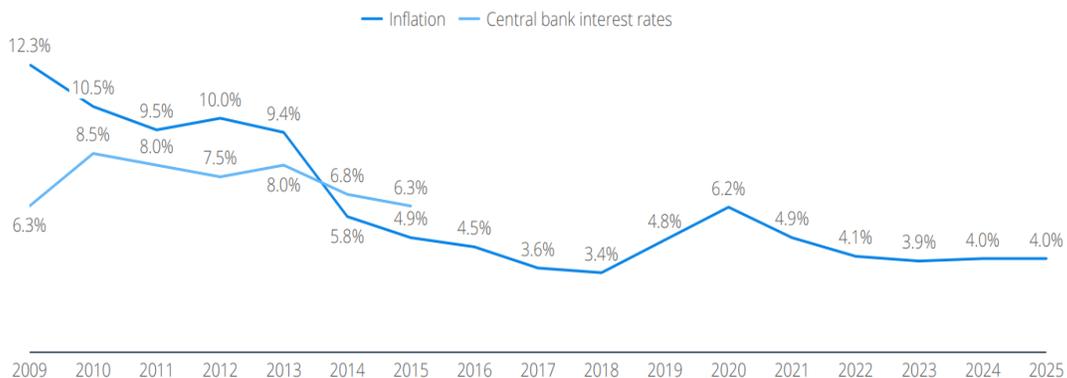
Dari gambar di atas, dapat terlihat distribusi populasi India dapat dikelompokkan menjadi:

- 0-14 tahun: 26,31% (laki-laki 185.017.089 / perempuan 163.844.572)

- 15-24 tahun: 17,51% (laki-laki 123.423.531 / perempuan 108.739.780)
- 25-54 tahun: 41,56% (laki-laki 285.275.667 / perempuan 265.842.319)
- 55-64 tahun: 7,91% (laki-laki 52.444.817 / perempuan 52.447.038)
- 65 tahun ke atas: 6,72% (laki-laki 42.054.459 / perempuan 47.003.975)

India memperoleh kemerdekaan dari kekuasaan Inggris pada tahun 1947 dan telah memiliki banyak pencapaian sehingga tumbuh sebagai ekonomi terbesar ketiga di dunia. Namun, sebagian besar pertumbuhan ini terjadi setelah tahun 1991, ketika Perdana Menteri P. V. Narasimha Rao dan Menteri Keuangan Dr. Manmohan Singh, melonggarkan perdagangan pembatasan antara India dan negara-negara lain di seluruh dunia. Sejak itu PDB per kapita India telah meningkat secara signifikan. Pendorong utama pertumbuhan ini meliputi tren urbanisasi dan peningkatan konsumsi daya masyarakat, peningkatan pesat dari kelas menengah, dan peningkatan investasi asing.

Tingginya pertumbuhan ekonomi juga didorong berkembangnya industri manufaktur India dengan program nasional “*Make in India*” dari pemerintah yang dipimpin BJP. Pertumbuhan ekonomi berkontribusi terhadap menurunnya tingkat kemiskinan secara signifikan, dari 46% menjadi hanya berkisar 13,4% diantara periode 1995 hingga 2015. India memiliki demokrasi terbesar dan populasi berbahasa Inggris terbesar kedua di dunia.

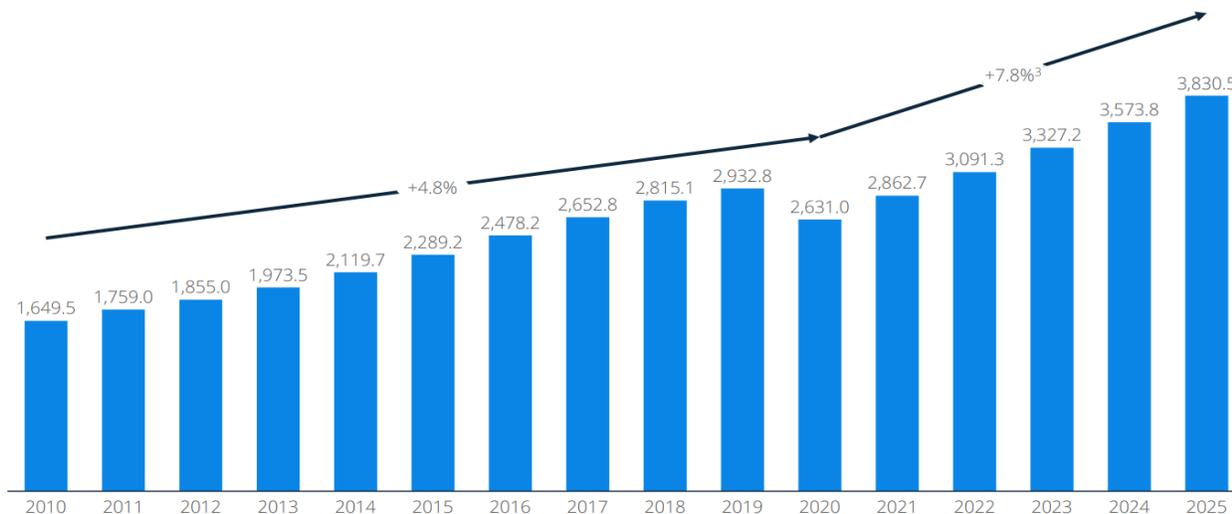


Gambar 4. Inflasi India

Sumber: *Statista* (2022)

Kondisi ekonomi makro India mengindikasikan bahwa dengan populasi India yang besar, inflasi India berada di bawah level 5%, yaitu sebesar 4,8 % pada tahun 2019,

namun sempat di level 6,22% di tahun 2020. Sedangkan tingkat inflasi di tahun 2021 kembali di bawah level 5%, yaitu sebesar 4,9 %. Tingkat GDP per kapita India cenderung mengalami penurunan dari tahun 2019 ke 2020 dengan tingkat GDP per kapita PPP pada tahun 2019 dan 2020 masing-masing sebesar USD 2.097,78 dan USD 1.876,53. Sedangkan tahun 2021 sebesar USD 1.906,5 (Statista, 2022).



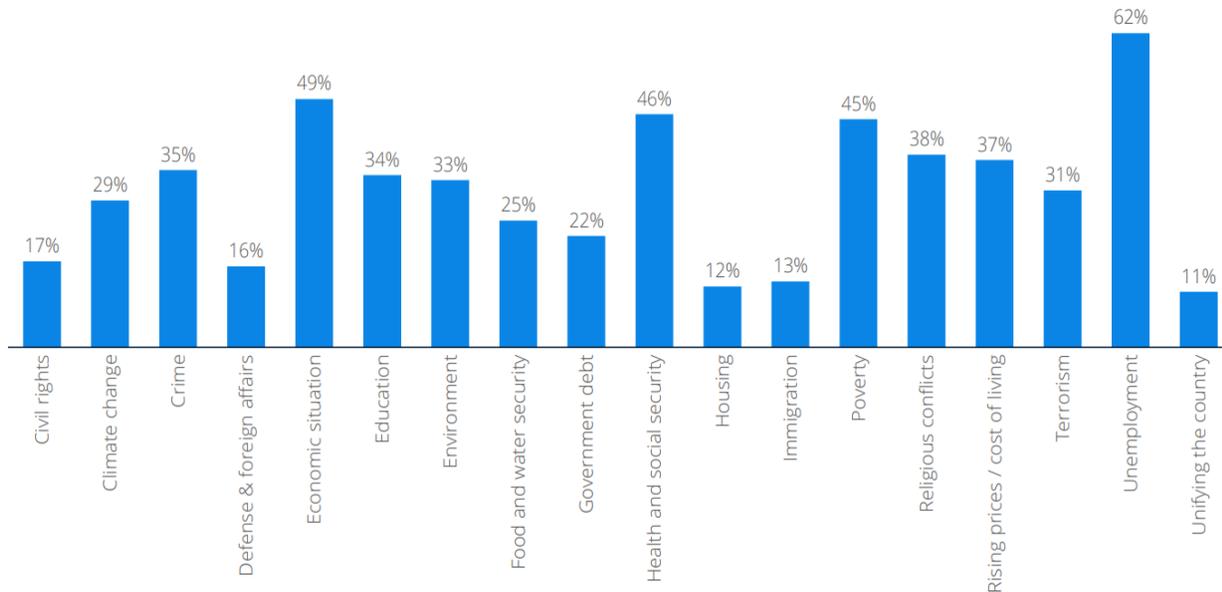
Gambar 5. Produk Domestik Bruto (PDB) dan Pertumbuhan PDB India

Sumber: *Statista* (2022)

India mengalami pertumbuhan positif pada sebesar 4,8% dan diproyeksikan tumbuh sebesar 7,8% sampai tahun 2025. Berdasarkan data dari *Statista* (2021), PDB India pada tahun 2021 tercatat sebesar USD 2,86 triliun, sementara pada tahun 2020 tercatat sebesar USD 2,63 triliun. Konsumsi pemerintah yang tinggi menunjang ekonomi, bersama dengan konsumsi masyarakat yang tinggi. India menghadapi resiko terkait fluktuasi harga minyak dan meningkatnya proteksi perdagangan, Pertumbuhan ekonomi diprediksi akan tetap stabil seiring dengan konsistensi reformasi struktural yang berimbas meningkatnya produktivitas dan tumbuhnya investasi.

Pada tahun 2020, ekonomi India mengalami tantangan cukup berat sebagai akibat pandemi *Covid-19*. Hal ini terlihat pada pertumbuhan India pada tahun 2020 yang tercatat sebesar -5,6% (*World Economic Outlook*, 2022). Pada November 2020, pemerintah mengeluarkan tahap ketiga dari stimulus untuk memerangi dampak *Covid-19*, yang

sebagian besar berfokus pada pertumbuhan kredit, penciptaan lapangan kerja, dan infrastruktur. Total pengeluaran untuk bantuan Covid-19 berjumlah sekitar 2% dari PDB India (*Focuseconomics.com*, 2020).



Gambar 6. Tantangan yang dihadapi India

Sumber: *Statista* (2022)

Perekonomian India tidak luput dari tantangan yang mesti dihadapi, dimana situasi ekonomi dan social tersebut menimbulkan kekhawatiran yang tinggi terkait pengangguran. Perekonomian India beragam mencakup pertanian desa tradisional, pertanian modern, kerajinan tangan, berbagai industri modern, dan jasa. Hampir separuh tenaga kerja berada di sektor pertanian, akan tetapi jasa merupakan sumber utama pertumbuhan ekonomi India yang menyumbang hampir dua pertiga dari *output* India, namun mempekerjakan kurang dari sepertiga tenaga kerjanya. India telah memanfaatkan populasinya yang besar dan berpendidikan dengan kemampuan bahasa Inggris sehingga menjadi eksportir utama layanan teknologi informasi, layanan *outsourcing* bisnis, dan pekerja pada industri perangkat lunak. Meski demikian, pendapatan per kapita masih di bawah rata-rata dunia. India sedang berkembang menjadi ekonomi pasar terbuka, namun jejak kebijakan autarki masa lalunya tetap ada. Langkah-langkah liberalisasi ekonomi, termasuk deregulasi industri, privatisasi perusahaan milik negara, dan pengurangan kontrol atas perdagangan dan investasi asing, dimulai pada awal 1990-

an dan berfungsi untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi negara, yang rata-rata hampir 7% per tahun dari 1997 hingga 2017.

Tabel 3. Indikator Ekonomi Makro India

Indicators	2021
<i>GDP India Total, current prices (USD Miliar)</i>	2.862,70
<i>GDP percapita, PPP (USD)</i>	1.906,50
<i>Inflasi, average consumer prices (%)</i>	4,90
<i>Populasi (Juta)</i>	1.366

Sumber: Statista (2022)

Infrastruktur di India terdiri dari ketersediaan sarana transportasi dan pendukungnya baik di darat, laut, maupun udara.

Tabel 4. Transportasi dan Infrastuktur di India

Infrastruktur	Total
Jalan raya	4.699.024 km
Jalur kereta api	68.525 km
Saluran air	14.500 km
Pelabuhan komersial	1.731
Bandar udara	346

Sumber: *World Data.Info* (2022)

India memiliki 346 bandar udara dengan bandara terbesar di India adalah Bandara Internasional New Delhi (DEL) / Indira Gandhi dengan penerbangan ke 136 tujuan di 43 negara. 15 bandar udara terbesar di India dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Daftar Bandar Udara di India

Nama Bandara	Kota
<i>Indira Gandhi International Airport</i>	Delhi
<i>Chhatrapati Shivaji International Airport</i>	Mumbai
<i>Kempegowda International Airport</i>	Bangalore
<i>Chennai International Airport</i>	Chennai

Nama Bandara	Kota
<i>Netaji Subhas Chandra Bose International Airport</i>	Kolkata
<i>Rajiv Gandhi International Airport</i>	Hyderabad
<i>Cochin International Airport</i>	Kochi
<i>Dabolim International Airport</i>	Panaji
<i>Sardar Vallabhbhai Patel International Airport</i>	Ahmedabad
<i>Jaipur International Airport</i>	Jaipur
<i>Pune International Airport</i>	Pune
<i>Lokpriya Gopinath Bordoloi International Airport</i>	Guwahati
<i>Biju Patnaik International Airport,</i>	Bhubaneswar
<i>Chaudhary Charan Singh Airport</i>	Lucknow
<i>Trivandrum International Airport</i>	Thiruvananthapuram

Sumber : Walk Through India (2022)

Selain bandara udara dan kereta api sebagai sarana transportasi barang dan penumpang, terdapat juga pelabuhan dimana India memiliki 1.731 fasilitas pelabuhan.

Tabel 6. Daftar Pelabuhan di India

<i>Major Seaport(S):</i>	Chennai, Jawaharal Nehru Port, Kandla, Kolkata (Calcutta), Mumbai (Bombay), Sikka, Vishakhapatnam
<i>LNG Terminal(S):</i>	Dabhol, Dahej, Hazira
<i>Container Port(S):</i>	Chennai (1.549.457), Jawaharal Nehru Port (4.833.397), Mundra (4.240.260)

Sumber : *Central Intelligence Agency* (2022)

BAB II PELUANG PASAR PRODUK

2.1. TREN PRODUK

Pasar kemeja pria atau anak laki-laki menyesuaikan permintaan personalisasi kemeja karena meningkatnya permintaan kemeja yang disesuaikan. Pengecer telah membawa berbagai segmen ukuran seperti *slim fit*, *skinny fit*, dan lain-lain untuk memenuhi berbagai demografi. Sejalan dengan tren kasualisasi kemeja global, pasar kemeja pria India diperkirakan akan menyaksikan permintaan yang besar dari kemeja semi-formal dan kasual dibandingkan dengan kemeja formal. Hal ini juga mengakibatkan munculnya berbagai desain dan pola baru pada kemeja.

Tren konvensional untuk membeli kain dan menjahit kemeja dari penjahit telah kehilangan popularitasnya. Penduduk India sekarang telah menunjukkan penerimaan tinggi dari kemeja siap pakai daripada kain siap jahit (India Retailing, 2022).

Industri pakaian pria menyaksikan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir di India. Ini karena pembeli pria cenderung fokus pada kualitas dan gaya, memilih untuk membeli pakaian berkualitas tinggi. Masa depan belanja *online* untuk pria akan terus berkembang seiring dengan meningkatnya penerimaan konsumen terhadap internet sebagai saluran belanja alternatif. Mengingat fakta ini, maka pasar pakaian pria akan semakin kompetitif (Mordor Intelligence 1, 2022).

India memiliki iklim yang berbeda, mulai dari musim utara hingga selatan yang sebagian besar panas, mendorong permintaan untuk berbagai macam pakaian pria. Kemudian masalah kompleks selera budaya daerah. Untuk pria, tidak ada banyak perbedaan antara pakaian Barat dan India. Kemeja di India sama dengan kemeja di negara Barat (Vogue Business, 2022).

Jika dilihat dari perkembangan *trend* volume kemeja laki-laki yang diproduksi di India dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 7. Volume Produk Kemeja Laki-laki di India

Sumber : Statista 1 (2022)

Menurut data Statista (2022), volume produk kemeja katun pria atau anak laki-laki yang dihasilkan oleh India pada tahun 2013 hingga tahun 2019 selalu mengalami kenaikan, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 749,24 juta unit kemeja laki-laki, penurunan ini dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 yang mempengaruhi produktivitas industri. Pada tahun 2021 volume produk kemeja laki-laki yang dihasilkan meningkat dari tahun 2020 akibat pemulihan ekonomi pasca pandemi yaitu sebesar 824,86 juta *pieces*, dan pada tahun 2022 diprediksi volume produk kemeja laki-laki di India sebesar 997,05 juta *pieces*.

Dalam memenuhi kebutuhan produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) dalam negeri, India juga melakukan impor untuk produk tersebut. Tabel di bawah ini menunjukkan impor yang dilakukan India dari dunia untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya).

Tabel 7. Impor Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki (Tidak Termasuk Rajutan atau Kaitan, Baju Tidur, Singlet dan Rompi Lainnya) (Kode HS 620520) India dari Dunia

HS Code	Deskripsi	India Impor dari Dunia (USD Juta)						Share 2021 (%)
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	
'62052000	Men's or boys' shirts of cotton (excl. knitted or crocheted, nightshirts, singlets and other vests) (excl. knitted or crocheted, nightshirts, singlets and other vests)	44,60	36,45	90,61	88,18	24,34	0,00	0,00
'62052090	Men's or boys' shirts of cotton (excluding knitted or crocheted, nightshirts, singlets and other vests) (detailed label not available)	0,00	0,00	0,00	0,00	23,49	65,23	99,77
'62052010	Men's or boys' shirts of cotton (excluding knitted or crocheted, nightshirts, singlets and other vests) (detailed label not available)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,63	0,15	0,23
Total		44,60	36,45	90,61	88,18	48,46	65,38	100,00

Sumber: *Trademap* dan *Tradestat* (2022), diolah oleh penulis

India mengimpor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) dari berbagai negara di dunia selama 2016 hingga 2021 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak menentu setiap tahunnya namun secara keseluruhan selama 6 tahun terakhir mengalami *trend* yang positif yaitu sebesar 8,14%. Pada tahun 2021 India mengimpor sebesar USD 65,38 Juta. Nilai ini cenderung meningkat dari tahun 2020, di mana pada tahun 2020 India mengimpor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki sebesar USD 48,46 Juta. Peningkatan ini dikarenakan oleh pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 di India.

Adapun untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki dengan kode HS 62052090 - *T Men's or boys' shirts of cotton (excluding knitted or crocheted, nightshirts, singlets and other vests) (detailed label not available)* memiliki nilai impor tertinggi pada tahun 2021 yaitu sebesar USD 65,23 Juta, kemudian diikuti dengan HS 62052010 - *Men's or boys' shirts of cotton (excluding knitted or crocheted, nightshirts, singlets and other vests) (detailed label not available)* sebesar USD 0,23 Juta dari total impor India untuk kemeja katun pria atau anak laki-laki.

Sedangkan untuk impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India berdasarkan negara asal dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 8. Impor Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki (Tidak Termasuk Rajutan atau Kaitan, Baju Tidur, Singlet dan Rompi Lainnya) (Kode HS 620520) India dari Dunia (Berdasarkan Negara Asal)

No	Exporters	India Impor dari Dunia HS 6109 (USD Juta)						Trend 16-21 (%)	Share 2021 (%)
		2016	2017	2018	2019	2020	2021		
1	Bangladesh	20,12	14,32	63,55	61,26	33,69	44,44	20,38	67,97
2	China	7,86	7,72	10,07	9,26	4,59	7,79	-4,70	11,91
3	Spain	5,39	5,90	5,71	5,13	1,80	2,28	-20,37	3,49
4	Viet Nam	0,62	0,34	0,35	0,57	0,23	2,08	16,77	3,18
5	Italy	2,51	2,76	1,91	2,29	1,34	2,05	-8,18	3,14
6	Netherland	0,03	0,02	0,14	0,47	0,91	2,04	164,71	3,12
7	Hong Kong	0,30	0,37	1,14	1,59	1,39	0,99	33,99	1,51
8	Sri Lanka	0,58	0,51	0,97	1,13	0,75	0,91	10,93	1,39
9	Turkey	0,85	0,68	0,93	0,96	0,19	0,47	-17,50	0,72
10	Mauritius	0,51	0,66	0,91	1,13	0,60	0,43	-2,56	0,66
11	Indonesia	0,98	0,59	0,95	0,59	0,31	0,33	-20,09	0,50
World		44,60	36,49	91,05	88,12	48,00	65,38	8,03	100,00

Sumber: *Trademap* dan *Tradestat* (2022), diolah oleh penulis

Berdasarkan negara asalnya, maka impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki terbesar India berasal dari Bangladesh, yakni sebesar USD 44,44 Juta pada tahun 2021 atau sebanyak 67,97 % dari total impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India. Sementara itu, impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki terbesar kedua berasal dari China dengan nilai mencapai USD 7,79 Juta atau setara dengan 11,91 % dari total impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India. Selain Bangladesh dan China, importasi juga dilakukan dari negara-negara ASEAN lainnya, seperti Viet Nam. Ketergantungan India atas impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki masih tergolong tinggi. Hal ini ditandai dengan peningkatan *trend* impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki selama periode 2016 sampai 2021 yaitu sebesar 8,03%.

Indonesia berada di peringkat ke-11 sebagai pemasok produk kemeja katun pria atau anak laki-laki pada tahun 2021 di India dengan nilai sebesar USD 0,33 Juta atau setara dengan 0,50 % dari total impor India untuk produk tersebut pada tahun 2021. Nilai

impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki dari Indonesia mengalami fluktuasi selama periode 2016 sampai 2021. Fluktuasi impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki dari Indonesia ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang menyebabkan terdisripsinya produksi dan distribusi produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia.

Selain sebagai salah satu pemasok produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India, Indonesia juga melakukan ekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki ke dunia seperti pada tabel berikut.

Tabel 9. Ekspor Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) (HS 620520) Indonesia ke Dunia Berdasarkan Negara Tujuan

No	NEGARA	NILAI : USD Juta						Trend 16 - 21 (%)	Share 2021 (%)
		2016	2017	2018	2019	2020	2021		
1	Amerika Serikat	223,38	228,08	237,70	212,75	111,33	90,23	-17,65	55,53
2	Jepang	26,86	27,77	26,10	29,98	21,55	19,34	-6,27	11,90
3	Jerman	47,58	37,27	44,14	38,26	27,24	19,31	-14,77	11,88
4	Australia	10,62	9,25	12,35	10,91	6,79	8,54	-5,94	5,25
5	Kanada	13,00	12,08	12,00	10,66	4,81	4,19	-21,66	2,58
6	Inggris	7,14	6,24	6,67	5,36	3,62	4,08	-12,44	2,51
7	Belanda	0,91	2,74	1,62	1,22	1,35	2,25	6,19	1,39
8	Meksiko	2,92	4,86	6,45	5,64	2,27	2,23	-10,18	1,37
9	Rep.Rakyat Cina	3,38	1,71	2,54	0,92	0,46	1,32	-24,11	0,81
10	Malaysia	3,04	3,52	2,18	1,27	1,49	1,26	-19,37	0,77
20	India	0,84	0,59	0,87	0,49	0,28	0,40	-16,91	0,25
	Dunia	359,46	354,69	374,51	337,84	191,45	162,49	-15,57	100,00

Sumber: BPS (2022), diolah oleh penulis

Ekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia ke dunia selama periode 2016 hingga 2021 mengalami fluktuasi dengan *trend* negatif yaitu sebesar -15,57%. Indonesia telah mengekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki sebesar USD 162,49 Juta ke seluruh dunia pada tahun 2021. Nilai ini telah mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan pada tahun 2021 Indonesia belum

sepenuhnya pulih dari pandemi Covid-19 sehingga produksi dan logistik masih terkendala.

Tujuan ekspor utama Indonesia adalah Amerika Serikat dengan nilai ekspor sebesar USD 90,23 Juta atau setara dengan 55,53 % dari total ekspor Indonesia untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki pada tahun 2021. Selain Amerika Serikat, pangsa pasar Indonesia juga relatif signifikan di beberapa negara, seperti Jepang (11,90%) dan Jerman (11,88%). India menempati peringkat ke-20 sebagai negara tujuan ekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia dengan nilai sebesar USD 0,40 Juta atau setara dengan 0,25 % total produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia pada tahun 2021. Melihat kondisi ini, produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia perlu terus ditingkatkan ekspornya ke India mengingat India sangat potensial. Selain itu, produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia juga masih memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional.

2.2. STRUKTUR PASAR

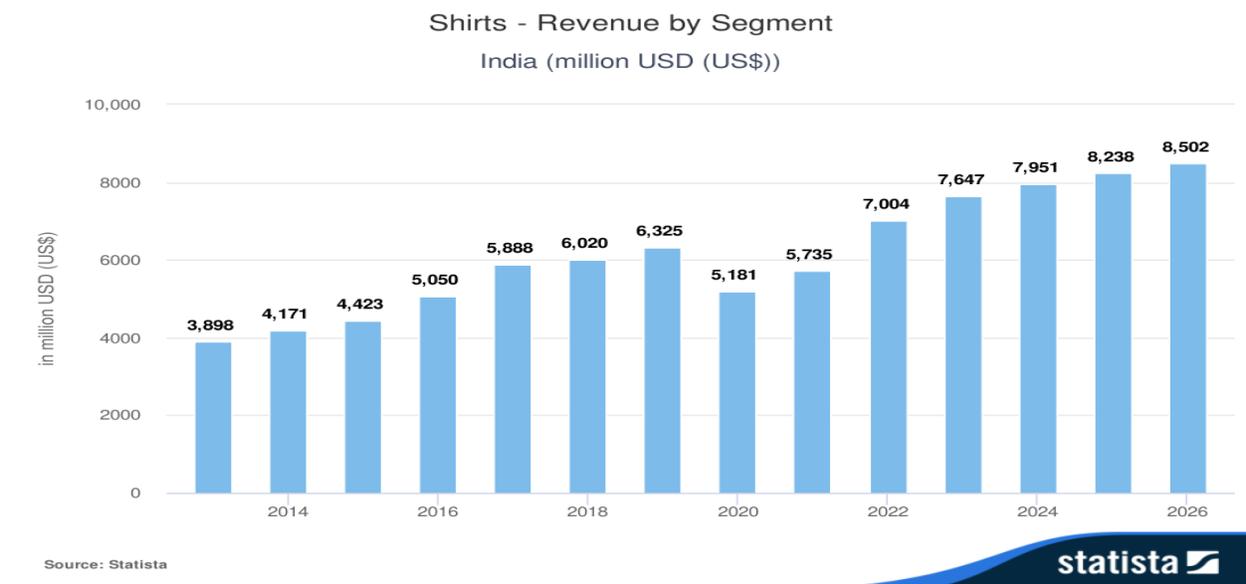
India adalah salah satu produsen kapas dan rami terbesar di dunia. Industri tekstil dan pakaian jadi di India adalah pemberi kerja terbesar ke-2 di negara itu yang menyediakan lapangan kerja langsung bagi 45 juta orang dan 100 juta orang di industri-industri terkait (Invest India, 2022).

Kemeja katun pria atau anak laki-laki merupakan salah satu produk inti bagi banyak eksportir di India Selatan seperti Chennai dan Bangalore. Selama beberapa tahun terakhir, kondisi pasar telah membuat kategori ini sangat menantang, terlebih lagi tetangga seperti Bangladesh memperkuat cengkeraman mereka pada produk tersebut (Apparel Resources, 2022).

Pasar ritel India yang berkembang pesat, didukung oleh faktor-faktor seperti langkah fiskal dan ekonomi yang kuat, peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan, sehingga menghasilkan peningkatan belanja konsumen dan peningkatan tenaga kerja. Di tengah pasar yang berkembang ini, ritel *fashion* menonjol sebagai salah satu kategori terbesar dan salah satu yang paling cepat berkembang.

Pasar kemeja secara keseluruhan di India telah menyaksikan beberapa transisi dalam kain, pakaian, gaya dan desain dalam beberapa tahun terakhir. Dengan meningkatnya kesadaran mode di antara pria dan masuknya merek internasional di arena mode domestik, kategorinya tidak lagi terbatas pada pakaian formal. Kemeja, yang sebelumnya didominasi oleh pria, kini terlihat menempati sebagian besar lemari pakaian wanita. Pasar kemeja pria sedang dalam masa transisi dalam beberapa tahun terakhir dari warna dan desain terbatas ke kategori kemeja formal dan bergaya yang berbeda. Dengan berkembangnya preferensi konsumen terhadap tampilan semi-formal dan kasual, permintaan akan kemeja bergaya semakin meningkat.

Pasar kemeja pria di India adalah kategori terbesar di antara pakaian pria dan menyumbang 28 persen dari total pasar pakaian pria. Sekitar 40 persen pasar kemeja pria terdiri dari kemeja formal dan semi formal. Kemeja menyumbang 12 persen dari total pasar pakaian jadi di India. Kemeja pria menguasai 94 persen dari total pasar kemeja dengan 6 persen sisanya merupakan pasar kemeja wanita, yang tumbuh dua kali lebih cepat dari segmen pria. Sementara pasar kemeja pria diperkirakan tumbuh pada CAGR 5 %, segmen wanita diperkirakan tumbuh pada CAGR 11 % selama dekade berikutnya (India Retailing, 2022). Berikut merupakan pendapatan kemeja laki-laki di India.



Gambar 8. Pendapatan Kemeja Laki-Laki di India

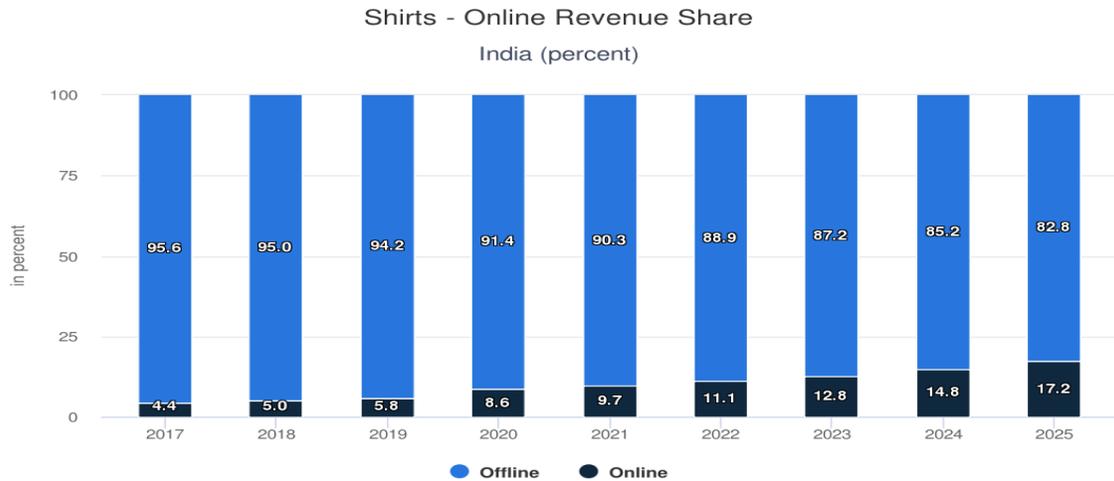
Sumber: Statista 1 (2022)

Pasar produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India selalu berkembang, di mana pendapatan di segmen kemeja laki-laki di India berjumlah USD 2.295 juta pada tahun 2022. Pasar diperkirakan akan tumbuh setiap tahun sebesar 4,96% (CAGR 2022-2026). Masih ada sebagian besar penduduk India yang masih lebih memilih pembuat garmen lokal daripada pakaian bermerek karena biayanya yang lebih murah. Label pribadi telah memodifikasi strategi penetapan harga mereka dan menawarkan kemeja dalam kisaran harga rendah hingga menengah.

Kemeja katun/campuran katun diperkirakan akan tumbuh lebih cepat dari pasar kemeja pria di India secara keseluruhan karena meningkatnya preferensi bahan katun di antara konsumen karena faktor kenyamanan dan kualitas yang lebih tinggi (India Retailing, 2022).

Pada tahun 2020, India merupakan eksporter produk kemeja katun pria atau anak laki-laki ke-4 di dunia setelah Bangladesh, China, dan Viet Nam. India mengekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki sebesar USD 0,51 Miliar ke dunia pada tahun 2020 atau memiliki pangsa sebesar 6,66 %. Nilai tersebut turun dari tahun sebelumnya, di mana pada 2019 India mengekspor sebesar USD 0,83 Miliar (Trademap, 2022). Penurunan ini disebabkan oleh pandemi Covid yang mempengaruhi permintaan, produksi, dan distribusi produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di dunia. Selain itu juga disebabkan oleh permintaan dunia akan kemeja yang menurun karena adanya pandemi yang menyebabkan bekerja di rumah sehingga kebutuhan akan kemeja berkurang.

Berikut merupakan struktur saluran penjualan di pasar India untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki.



Source: Statista

statista

Gambar 9. Struktur Saluran Penjualan Di Pasar India untuk Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki

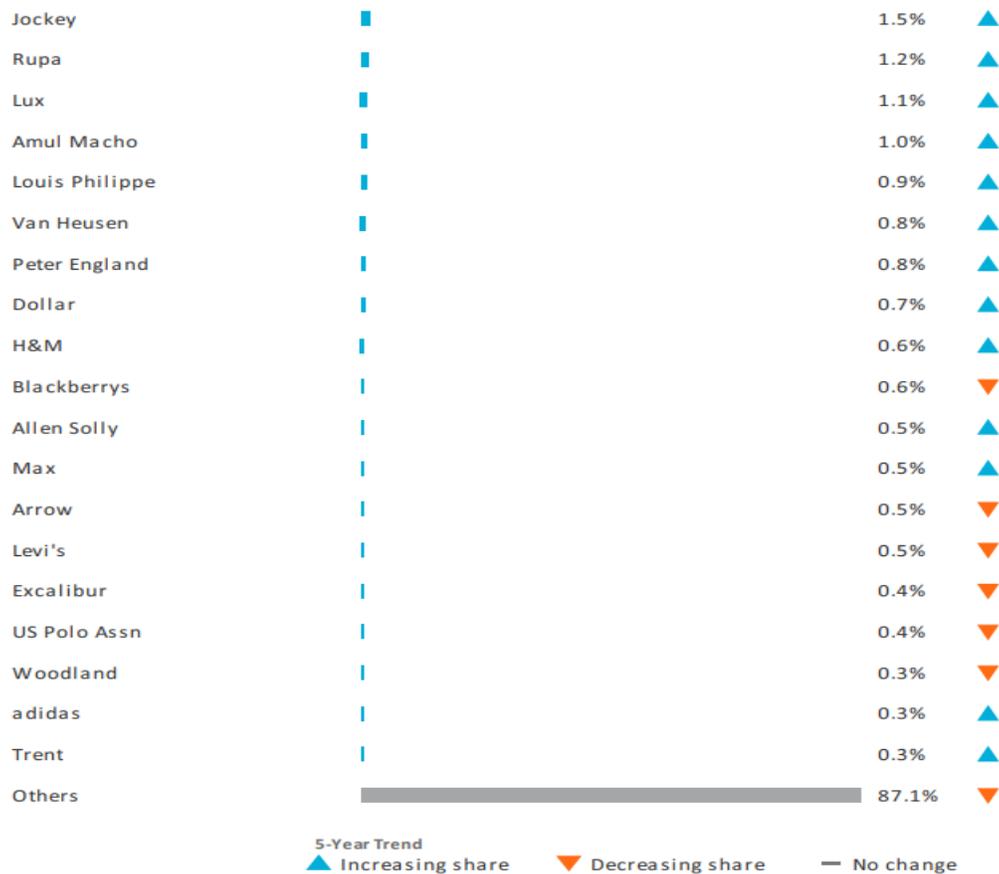
Sumber : Statista 1 (2022)

Jika dilihat dari saluran penjualannya, pada tahun 2017 hingga 2021 penjualan produk Kemeja katun pria atau anak laki-laki di India masih didominasi oleh penjualan *offline*. Namun dari tahun 2017 hingga 2021 penjualan *online* untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India semakin meningkat. Pada tahun 2021 penjualan *online* produk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India mencapai 9,7% dan diprediksi akan meningkat menjadi 11,1% pada tahun 2022 dan sebesar 17,2% pada tahun 2025.

Jika dilihat dari *brand* yang mendominasi pakaian laki-laki di mana salah satunya yaitu kemeja katun pria atau anak laki-laki di India yaitu seperti berikut.

Brand Shares of Menswear

% Share (LBN) - Retail Value RSP - 2021



Gambar 10. Brand Pakaian Laki-Laki di India Tahun 2021

Sumber: Eromonitor (2022)

Brand pakaian laki-laki yang di dalamnya terdapat kemeja katun pria atau anak laki-laki didominasi oleh Jockey yang memiliki *share* sebesar 1,5%, Rupa yang memiliki *share* sebesar 1,2 %, dan Lux yang memiliki *share* sebesar 1,1 %. Selain itu juga ada *brand* seperti Amual Macho, Louis Philipe, Van Heusen, Peter England, Dollar, H&M, Blackberrys, Allen Solly, Max, Arrow, dan Levi's. Pakaian atau kemeja laki-laki di India yang sudah memiliki *brand* juga menawarkan kualitas yang baik sehingga mampu meningkatkan permintaan di konsumen India.

Menurut data Ekonomi dan Konsumen Euromonitor International, 50% dari total populasi pria India berada dalam kelompok usia 12 – 41 tahun, yaitu milenium dan generasi Z. Dengan peluang usia millennium ini, merek-merek pakaian global menjadi

optimis untuk berekspansi di India, untuk memanfaatkan potensi yang belum dimanfaatkan yang ditawarkan pakaian pria di kalangan kaum muda. Diproyeksikan bahwa ketika situasi pandemi semakin mereda maka penjualan menjadi lebih konsisten di seluruh toko, lebih banyak merek pakaian pria akan terlihat untuk berkembang di India (Euromonitor, 2022).

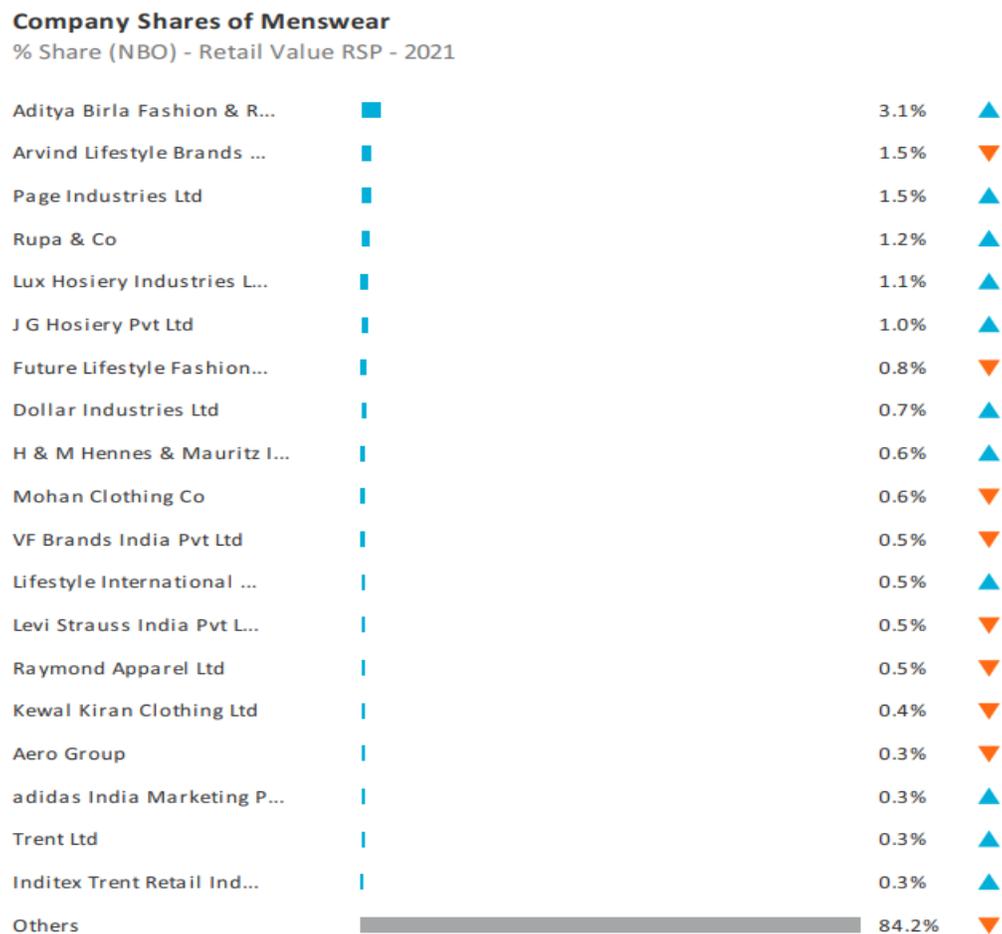
Sejak mobilitas lebih pulih pada tahun 2021 dibandingkan dengan tahun 2020, pria kembali mencari untuk berbelanja pakaian berbasis acara. Namun, karena banyak orang masih bekerja dari rumah kebutuhan akan pakaian yang nyaman terus berlanjut. Oleh karena itu, pria mencari pilihan pakaian yang nyaman baik untuk di dalam maupun di luar ruangan. Alasan pria memilih pakaian yang nyaman adalah karena mereka mencari pilihan pakaian yang sifatnya dapat dikenakan dengan nyaman baik di rumah maupun di kantor, serta untuk kegiatan sosial. Tren mencari opsi pakaian yang nyaman ini diperkirakan akan berlanjut (Euromonitor, 2022).

Perekonomian India mengalami penurunan tajam dalam pertumbuhannya selama tahun 2020 karena pandemi. Pandemi menciptakan perubahan besar dalam perilaku konsumen. Ketika muncul pada bulan Maret 2020, tiba-tiba terjadi lonjakan permintaan untuk pilihan pakaian yang nyaman, yang mengakibatkan segmen pakaian baru dibuat, seperti pakaian santai. Namun, selama tahun 2021 pasca Juni, situasi pandemi sebagian besar menjadi lebih stabil, dan konsumen mulai keluar rumah untuk acara sosial, pernikahan, makan malam dan perjalanan domestik sekali lagi. Permintaan untuk pakaian berbasis acara seperti kemeja kasual kembali meningkat permintaannya. Di India katun adalah kain yang paling umum dan disukai untuk kemeja karena sangat ideal untuk dipakai sehari-hari.

Pandemi bertindak sebagai mesin pertumbuhan yang kuat dalam penjualan *online*. Meskipun pertumbuhan saluran ini diproyeksikan akan terus berlanjut, karena konsumen menjadi lebih nyaman menjelajah dan memesan melalui *e-commerce*, namun berbelanja di dalam toko juga akan terus berlanjut di pasar yang dinamis ini. Alasannya adalah karena konsumen masih tertarik untuk mengunjungi toko dan pusat perbelanjaan di akhir pekan, baik hanya untuk tamasya keluarga atau untuk berbelanja secara langsung. Kegembiraan berada di toko semakin meningkat dengan kenyataan bahwa konsumen dapat berbelanja dengan bebas di toko fisik setelah beberapa waktu tidak

memungkinkan, dan konsumen ingin mencoba pakaian favorit mereka dan meminta saran dari orang lain sebelum melakukan pembelian (Euromonitor, 2022).

Dalam pasar pakaian di India, terdapat dominasi perusahaan yang memproduksi pakaian laki-laki di mana terdapat kemeja katun pria atau anak laki-laki pula di dalamnya. Berikut merupakan perusahaan yang mendominasi dalam produksi kemeja katun pria atau anak laki-laki di India, di mana satu perusahaan dapat memproduksi beberapa merek.



Gambar 11. Perusahaan Pakaian Laki-Laki di India

Sumber : Euromonitor, 2022

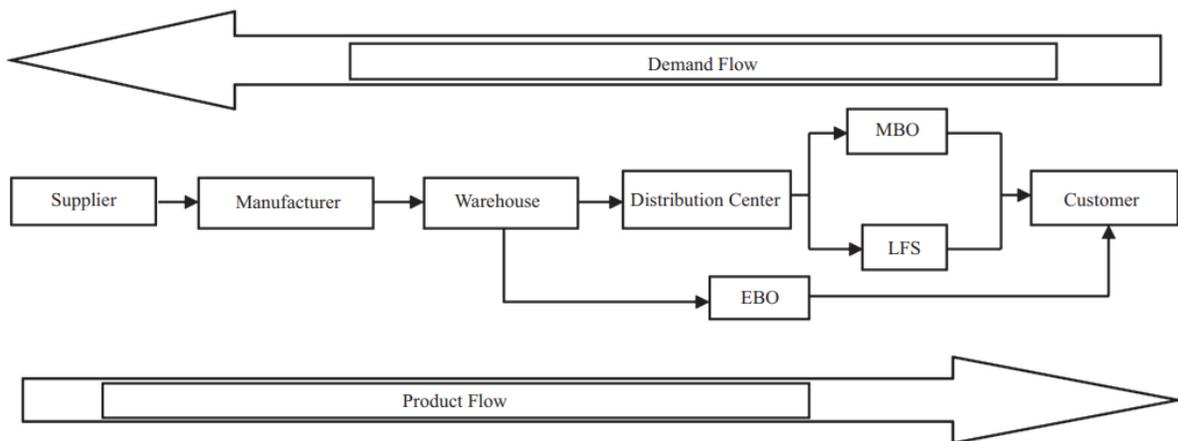
Produsen pakaian laki-laki yang di dalamnya terdapat kemeja katun pria dan anak laki-laki didominasi oleh Aditya Birla Fashion yang memiliki share sebesar 3,1%, Arvind Lyfestyle Brands yang memiliki share sebesar 1,5 %, dan Page Industries Ltd yang

memiliki share sebesar 1,5 %. Selain itu juga ada produsen pakaian laki-laki di India seperti Rupa & Co, Lux Hosiery Industries, J G Hosiery Pvt Ltd, Future Lyfestyle Fashion, Dollar Industries Ltd, H&M Hennes & Mauritz, dan Mohan Clothing Co.

Di tahun-tahun mendatang, pertumbuhan pasar kemeja pria dan anak laki-laki di India akan didorong oleh calon muda muda yang bekerja di sektor korporasi. Pada saat yang sama, desain inovatif, kecocokan dan kombinasi warna pada kemeja semi-formal akan terus menarik konsumen yang sadar mode untuk mempertimbangkan kemeja semi-formal dan kemeja kasual sebagai alternatif kemeja formal. Oleh karena itu, pasar kemeja di India memiliki cakupan yang luas untuk merek dan pengecer asalkan mereka berhasil memenuhi kebutuhan mode yang terus berubah dari pelanggan kemeja formal dan semi-formal.

2.3. SALURAN DISTRIBUSI

Berikut merupakan saluran distribusi produk kemeja katun pria atau anak laki-laki yang termasuk ke dalam pakaian jadi di India.



Note(s): EBO: Exclusive Business outlet, MBO: Multiple Brand Outlets, and LFS: Large Fashion Stores

Gambar 12. Saluran Distribusi Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki- Laki di India

Sumber : Kumar, dkk (2020)

Berikut merupakan penjelasan mengenai saluran distribusi pakaian jadi di India di mana salah satunya yaitu produk kemeja katun pria atau anak laki-laki.

- **Perencanaan (proses desain dan siklus perencanaan)**

Terdapat dua langkah proses produksi, pertama adalah identifikasi pengukuran. Langkah selanjutnya melibatkan pengembangan prototipe dan pra-produksi untuk melihat berbagai barang dagangan yang sesuai dengan *trend* gaya terkini atau sesuai permintaan pasar. Sampel produksi desain kemeja katun pria atau anak laki-laki yang baru akan diluncurkan sebelum pemesanan dimulai. Biasanya sampel ditampilkan pada pertunjukan atau eksebis. Pertunjukan ini membantu mempromosikan desain baru yang diluncurkan oleh perusahaan. Selanjutnya distributor memesan melalui manajer penjualan area untuk model pakaian yang diinginkan. Data dari masing-masing manajer penjualan area akan dikonsolidasikan dan dikirim ke kantor pusat perusahaan. Kantor pusat perusahaan kemudian mulai merencanakan produksi sesuai dengan kuantitas yang dipesan, baik untuk pasar domestik maupun permintaan ekspor.

- **Manufaktur**

Pengiriman bahan baku memakan waktu sekitar satu hingga dua minggu untuk tiba di fasilitas pembuatan kain. Selanjutnya penentuan model, warna, jumlah, tanggal pengiriman, jenis kain, dan tanggal pemotongan sesuai dengan yang direncanakan. Departemen perencanaan pabrik kemudian menyiapkan rencana produksi. Rencana ini berisi informasi tentang alokasi produksi model pakaian yang akan diproduksi di bulan tertentu di pabrik.

- **Warehouse**

Gudang juga dikenal sebagai pusat distribusi, tempat menyimpan produk jadi, produk setengah jadi, dan bahan baku produk. Pergudangan memiliki peran untuk memastikan bahwa tahapan rantai pasok dilakukan secara berkesinambungan melalui kegiatan: penerimaan, pergudangan, koordinasi, pengiriman, dan distribusi.

- Pada tahap selanjutnya, perusahaan akan menyediakan layanan transportasi yang menjadi penghubung antara produsen dan konsumen. Produk pakaian kemudian dikirim sesuai dengan permintaan pelanggan di pasar.

2.4. PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Indonesia merupakan eksporter ke-10 untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di dunia dengan nilai ekspor USD 191,25 Juta pada tahun 2020 atau memiliki pangsa sebesar 2,51 % (Trademap, 2022). Produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia memiliki kualitas yang tidak kalah dengan produk impor. Produk tersebut memberikan kontribusi ekspor dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia, sehingga industri kemeja katun laki-laki merupakan industri yang patut diperhitungkan dalam perlu di kembangkan ke depan.

Pendapatan di segmen kemeja Indonesia berjumlah USD 1,17 Miliar pada tahun 2022. Pasar diharapkan tumbuh setiap tahun sebesar 5,69% (CAGR 2022-2026). Di segmen kemeja laki-laki, volume diperkirakan mencapai 50,64 juta pcs pada tahun 2026. Segmen kemeja laki-laki Indonesia diperkirakan akan menunjukkan pertumbuhan volume sebesar 2,7% pada tahun 2023 (Statista 2, 2022).

Produk pakaian dalam negeri sebenarnya memiliki kualitas yang tidak kalah dengan produk impor. Selain kemeja katun laki-laki dengan motif umum, ada pula kemeja laki-laki yang menggunakan motif batik yang memiliki ciri khas yang unik dan bernilai seni tinggi, ada banyak produsen lokal yang memiliki produk yang berkualitas dan *brand* yang cukup ternama di dunia internasional (Haryana dan Kurniawan, 2015).

Selain itu, pemerintah telah menetapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk produk pakaian jadi termasuk kemeja katun pria atau anak laki-laki di dalamnya. Untuk dapat memperoleh produk kemeja yang bermutu pemerintah telah menetapkan SNI, sehingga setiap orang yang terlibat harus mengenali: proses pengerjaannya, bahan baku serta informasi (jenis kain, warna kain, jenis benang, dan lain-lain) yang dibutuhkan, serta standar produk kemeja apa yang akan dihasilkan beserta persyaratannya. Untuk mendukung terciptanya produk yang bermutu yang ber-SNI diperlukan: peralatan dan perlengkapan yang baik, pengetahuan dan keahlian SDM-nya, kebijakan-kebijakan, prosedur kerja dan standar kerja yang dapat diukur dan jelas sebagai alat bantu pengukuran kualitas kerja dalam proses pembuatan produk kemeja.

Analisis SWOT Produk

Strength

- Produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia memiliki kualitas yang baik terbukti Indonesia merupakan eksporter ke-10 untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di dunia
- Adanya motif khas kemeja katun laki-laki dari Indonesia seperti kemeja batik untuk pria atau untuk anak laki-laki
- Adanya tenaga kerja yang *low cost* sehingga dapat mengurangi biaya produksi
- Indonesia adalah negara yang memiliki industri tekstil yang terintegrasi, di mana terdapat industri hulu sampai hilir dalam menghasilkan produk akhir tekstil, meliputi dari produksi serat dan benang, produksi kain, hingga produksi pakaian jadi, salah satunya berupa kemeja katun pria atau anak laki-laki

Weakness

- Harga kemeja katun laki-laki buatan Indonesia masih kurang bersaing dalam hal harga dibandingkan negara Asia lain seperti China, Viet Nam, dan Bangladesh
- Banyak kerusakan lingkungan di Indonesia yang disebabkan oleh industri yang tidak mematuhi ketentuan wajib mengenai lingkungan, contohnya pengolahan limbah pabrik
- Biaya produksi yaitu biaya listrik dan BBM yang masih mahal
- Industri pakaian jadi masih dianggap lemah pada sektor hulu karena Indonesia masih bergantung terhadap bahan baku impor

Opportunity

- Adanya kerjasama ASEAN-India FTA
- Peningkatan pendapatan masyarakat dan preferensi masyarakat India yang semakin banyak belanja secara *online* membuka kesempatan bagi produsen memasarkan produknya

- Adanya perkembangan *e-commerce* yang meningkat di India membantu eksportir untuk memasarkan dan memperkenalkan produk Indonesia
- Adanya perwakilan dagang di luar negeri yakni ITPC (*Indonesian Trade Promotion Center*) dan Atase Perdagangan di India, hal tersebut dapat digunakan oleh para eksportir Indonesia dengan meminta bantuan untuk mempromosikan produknya dan menggali beberapa info terkait ekspor produk ke India.

Threat

- Tarif MFN untuk HS 620520 di India yang masih tergolong tinggi yaitu sebesar 10%
- Persaingan yang ketat dari negara lain terutama dari Bangladesh dan negara tetangga seperti Viet Nam yang juga memproduksi produk kemeja katun pria atau anak laki-laki
- Lamanya pengiriman yang dilakukan sehingga tidak tepat waktu
- Indonesia dengan pasar yang besar dan jumlah penduduk yang lebih dari 250 juta akan menjadi target pasar untuk produk kemeja pria atau anak laki-laki

BAB III PERSYARATAN PRODUK

3.1. KETENTUAN PRODUK

Impor barang tertentu harus diimpor melalui pelabuhan tertentu. Pakaian di mana salah satunya kemeja katun pria atau anak laki-laki harus diimpor melalui Pelabuhan Jawaharlal Nehru Mumbai. Pemeriksaan pra-pengiriman diperlukan untuk barang tekstil dan pakaian tertentu. Impor tekstil, barang tekstil, tekstil wol dan kain campuran wol harus memiliki sertifikasi pra-pengiriman dari Laboratorium Pengujian Tekstil yang terakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional Negara Asal (yaitu negara pengekspor) (International Trade Administration, 2022).

Impor tekstil dan barang tekstil salah satunya kemeja katun pria atau anak laki-laki diizinkan dengan syarat bahwa produk tersebut tidak mengandung pewarna berbahaya, seperti AZO, yang penanganan, produksi, pengangkutan, atau penggunaannya dilarang oleh Pemerintah India berdasarkan Undang-Undang Lingkungan. Sebuah sertifikasi pra-pengiriman diperlukan yang menyatakan bahwa pengiriman bebas dari pewarna AZO. Sertifikat pra-pengiriman harus dari laboratorium pengujian tekstil yang diakreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional negara asal, yang menyatakan bahwa produk tersebut tidak mengandung pewarna yang dilarang (International Trade Administration, 2022).

Semua produk pakaian jadi pra-paket (ditujukan untuk penjualan eceran langsung) yang diimpor ke India harus mencantumkan pernyataan berikut pada label:

- 1) Nama dan alamat importir
- 2) Nama generik atau umum dari komoditas yang dikemas
- 3) Kuantitas bersih dalam satuan standar berat dan ukuran (dalam metrik) / ukuran jika pakaian
- 4) Bulan dan tahun pengemasan di mana komoditas tersebut diproduksi, dikemas atau diimpor
- 5) Kandungan serat

Persyaratan pelabelan wajib untuk komoditas pra-paket tidak berlaku untuk pakaian yang dijual dalam bentuk lepas. Efektif 1 Juli 2017 persyaratan pelabelan untuk pakaian yang dijual dalam bentuk lepas di toko ritel di India hanya dapat mencakup yang berikut:

- 1) Nama dan deskripsi produk
- 2) Indikator ukuran yang dapat dikenali secara internasional (S, M, L, XL, dll.) bersama dengan detail dalam notasi metrik
- 3) Nama, alamat dan nomor layanan pelanggan dari produsen

Informasi khusus untuk dicantumkan pada label dan jenis label disediakan untuk setiap kategori produk. Label produk harus dalam bahasa Hindi atau dalam bahasa Inggris (International Trade Administration, 2022).

3.1.1 Kebijakan dan Peraturan Importasi Produk di India

Dalam melakukan ekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki ke India terdapat ketentuan berupa *tariff* yang harus dikenakan oleh suatu barang. Adapun tarif MFN produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India maupun tarif yang berlaku pada ASEAN-India FTA yaitu sebagai berikut.

Tabel 10. Tarif Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-Laki di India

HS CODE	DESCRIPTION	MFN	CATEGORY	AIFTA Tariff
6205	Men's or boys' shirts.			
6205.20	of cotton			
6205.20.00	Of cotton	10	EL	

Sumber : asean.org, 2022

Adapun tarif MFN produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India sebesar 10%. Dalam perjanjian perdagangan bebas ASEAN-India *Free Trade Area* (AIFTA) produk kemeja katun pria atau anak laki-laki dikategorikan sebagai EL (*Exclusion List*)

atau daftar produk yang dicualikan, yang berarti tarif produk tersebut mengacu pada tarif MFN. Berikut merupakan *Import Duty* untuk HS 62052000 di India.

Tabel 11. *Import Duty* Produk Kemeja Katun Pria atau Anak Laki-laki di India

HS Code	62052000
Description	Of Cotton
Customs Duty (%)	10%
IGST	5%
Compensation Cess	0%
Specific Duty (%)	Rs 85 per piece
Pref Duty (%)	Not Applicable
Total Duty (%)	15.5%
Import Policy	

Sumber : Connect2india (2022)

Bea Masuk dari produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India adalah 10% berdasarkan HS Code 62052000. IGST (*Integrated Goods and Services Tax*) untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India adalah 5% dan total bea masuk untuk produk di atas adalah 15,5% dengan Kebijakan Impor. Nilai perhitungan IGST serta *compensation cess* juga harus mencakup besaran bea masuk anti dumping dan besaran bea masuk *safeguard* (Tax Management India, 2022).

3.2. KETENTUAN PEMASARAN

Importir dari India dan pemasok dari Indonesia harus saling menyetujui syarat dan ketentuan tentang penjualan impor sebelum pengiriman impor yang sebenarnya. Penetapan harga, spesifikasi kualitas, syarat pembayaran, syarat penyerahan, dan cara pengangkutan serta syarat dan ketentuan lainnya disepakati dan disebutkan dalam pesanan pembelian dan pengiriman impor Tekstil dan Barang Tekstil atau produk kemeja katun dilakukan sebagaimana mestinya.

Di India, nomor IEC (Nomor Kode Ekspor Impor) diperoleh dari kantor Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri untuk beroperasi sebagai importir dan eksportir di India. Prosedur pendaftaran yang dilakukan untuk sebuah perusahaan yang bertindak sebagai importir adalah proses sekali pakai, tetapi pembaruan berkala (1-3 tahun sekali) diperlukan sesuai dengan syarat dan ketentuan kantor perdagangan luar negeri di suatu negara. Dokumentasi impor yang diperlukan dan prosedur bea cukai di negara pengimpor harus diselesaikan baik oleh perantara pabean importir atau importir secara langsung sesuai dengan kebijakan perdagangan luar negeri dari masing-masing negara pengimpor. Untuk mengimpor kemeja katun pria atau anak laki-laki, dokumen entri impor bersama dengan dokumen pengangkut (*Bill of Lading / Airway bill*), faktur komersial, daftar pengepakan, sertifikat asal dan dokumen lain yang diperlukan untuk diajukan dan prosedur impor yang diperlukan dilengkapi untuk menerima pengiriman barang impor. Saat ini, informasi yang diperlukan diajukan secara *online* dan menghasilkan dokumen yang diperlukan pada saat pemeriksaan, penilaian atau penyerahan barang impor di lokasi pabean tujuan (India) (How to Export Import, 2019).

Sesuai ketentuan dalam FTA, eksportir yang mengajukan Surat Keterangan Asal (*Certificate of Origin*) harus memastikan bahwa barang yang akan diekspor memenuhi Kriteria Asal India melalui sistem *Pre-Export Verification* (PV) untuk setiap *HS Code*. Eksportir harus mengajukan permohonan PV sebelum mengajukan Surat Keterangan Asal Pertama untuk setiap Kode HS. Setiap Laporan PV berlaku untuk jangka waktu satu tahun (Textiles Committee, 2022).

3.3. METODE TRANSAKSI

Dalam melakukan ekspor impor salah satunya yaitu produk kemeja katun pria atau anak laki-laki ke India, terdapat beberapa metode transaksi pembayaran yaitu L/C dan Non-L/C. *Letter of Credit* (L/C) merupakan Jaminan yang diterbitkan oleh *issuing Bank* atas perintah *applicant* (*Buyer*) kepada eksportir agar Importir melakukan pembayaran sejumlah tertentu. Sedangkan untuk *Non-L/C* yaitu sebagai berikut (Kementerian Perdagangan, 2022).

1. Advance Payment

Cash with order, pembayaran langsung kepada eksportir sebelum barang yang dipesan dikirim

2. *Open Account*

Barang dikirim terlebih dahulu oleh eksportir dan pembayaran dilakukan setelah importir menerima barang tersebut

3. *Consignment*

Pengiriman barang kepada perantara (importir) yang akan menjual barang tersebut kepada *final buyer*, kepemilikan barang tetap milik eksportir sampai barang tersebut terjual

4. *Collection, yang terdiri dari:*

a. *Document againsts payment (D/P)*

Eksportir mengirimkan barang ke *port* tujuan sedangkan dokumen pengiriman barang dikirimkan ke pihak Bank sebagai perantara. Importir dapat mengambil dokumen tersebut jika sudah melakukan pembayaran melalui Bank, dokumen ini diperlukan importir untuk mengambil barang di *port*

b. *Document againsts acceptance (D/A)*

Hampir sama dengan *Document againsts payment*, perbedaannya adalah metode ini memerlukan akseptasi pembayaran terlebih dahulu oleh importir agar importir dapat menerima dokumen pembayaran dari Bank. Akseptasi pembayaran ini merupakan janji pembayaran pada tanggal tertentu, biasanya 30, 60 atau 90 hari setelah akseptasi

3.4. INFORMASI HARGA

Berikut adalah harga produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India dari tahun 2013 hingga 2021 dan estimasi hingga tahun 2026.



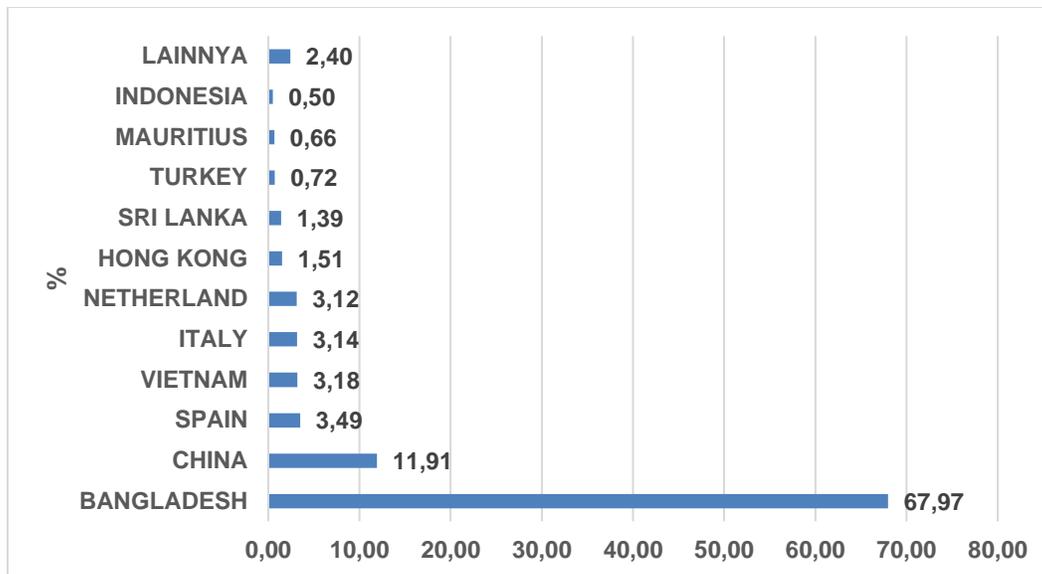
Gambar 13. Harga Shirt Laki-Laki di India

Sumber : Statista 1 (2022)

Harga produk kemeja katun pria atau anak laki-laki. 2013 hingga 2021 cenderung naik setiap tahunnya. Pada tahun 2021 produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India memiliki rata-rata harga USD 6,95 per unit nya, di mana nilai tersebut naik dari tahun sebelumnya yaitu USD 6,92 di tahun 2020. Pada tahun 2022 ini harga diprediksi akan naik yaitu menjadi USD 7,03 per unitnya.

3.5. KOMPETITOR

Negara kompetitor utama untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki Indonesia di pasar India adalah negara Bangladesh, China, Spanyol, dan Viet Nam. Gambar dibawah ini menjelaskan negara pemasok produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di India. Sebagai keterangan, produk kemeja katun pria atau anak laki-laki yang dimasukkan dalam gambar tersebut merupakan produk kemeja katun pria atau anak laki-laki dengan kode HS 620520 yaitu Kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya).



Gambar 14. Kompetitor Produk Kemeja Katun Pria Atau Anak Laki-Laki (Tidak Termasuk Rajutan Atau Kaitan, Baju Tidur, Singlet Dan Rompi Lainnya) Indonesia di Pasar India tahun 2021

Sumber : Tradestat (2022)

1) Bangladesh

Bangladesh merupakan eksporter pertama untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) di dunia dengan nilai ekspor sebesar USD 1,49 Miliar pada tahun 2020 atau memiliki pangsa sebesar 19,50 % dari total ekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) dunia (Trademap, 2022)

Tekanan pandemi dan pergeseran di pasar global telah membawa tantangan berat bagi industri garmen di Bangladesh, salah satunya industri kemeja katun pria atau anak laki-laki. Sektor ini perlu berinovasi, meningkatkan, dan melakukan diversifikasi, berinvestasi dalam fleksibilitas, keberlanjutan, memerhatikan kesejahteraan pekerja, dan meningkatkan infrastruktur. Bangladesh saat ini adalah salah satu eksportir pakaian jadi terbesar di dunia, dengan sektor pakaian jadi menyumbang 84% dari ekspor Bangladesh. Hal ini didukung oleh pesatnya pertumbuhan dan modernisasi sektor ini selama dekade terakhir serta langkah-

langkah yang telah dibuat dalam memperbaiki kondisi bagi sekitar empat juta pekerja pakaian jadi di Bangladesh.

Strategi utama untuk pertumbuhan sektor pakaian jadi salah satunya kemeja katun laki-laki di Bangladesh selama dekade terakhir adalah mendiversifikasi negara pelanggan dan beralih ke produk dan layanan bernilai tambah yang lebih kompleks. Selain itu Bangladesh juga meningkatkan ekspor ke pasar nontradisional, terutama karena pasar tradisional menunjukkan pertumbuhan yang lebih rendah dalam penjualan ritel pakaian jadi. Selain itu juga ada beberapa peningkatan dalam integrasi vertikal rantai pasokan, sehingga lebih banyak pemasok sekarang dapat menawarkan waktu yang lebih singkat (McKinsey&Company, 2021).

2) China

China merupakan eksporter kedua untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) di dunia dengan nilai ekspor sebesar USD 0,94 Miliar pada tahun 2020 atau memiliki pangsa sebesar 12,33 % dari total ekspor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) dunia (Trademap, 2022).

Wabah COVID-19 mengganggu industri tekstil China yang operasionalnya terhenti dan pengurangan produksi. Namun, dengan kontrol pandemi yang bertahap dan efektif di negara ini, industri telah mengatasi banyak kesulitan dan secara aktif mengatur dimulainya kembali pekerjaan dan produksi selama paruh kedua tahun 2020. Provinsi Guangdong, Shanghai, Nantong di Provinsi Jiangsu, Provinsi Zhejiang, dan Provinsi Shandong merupakan kawasan klaster industri pakaian jadi di China. Strategi mereka dalam meningkatkannya yaitu dengan bekerja sama dengan perusahaan teknologi dan memanfaatkan *e-commerce*. Dalam hal pangsa pasar, beberapa pemain utama saat ini mendominasi pasar. Para pemain besar dan kunci termasuk Luolai Home Textile Co., Ltd., Sunvim Group, Fu Anna, Hunan Mendale Hometextile Company Ltd., dll., bersaing melalui volume, jangkauan produk, dan pemasaran yang efektif, sedangkan pemain kecil dan menengah,

berfokus pada segmen pasar tertentu dan bersaing melalui kedalaman produk dan layanan pelanggan yang unggul (Mordor Intelligence 2, 2022).

3) Spanyol

Berdasarkan data Trademap (2022), Spanyol merupakan eksporter ke-12 untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) di dunia dengan nilai ekspor sebesar USD 0,17 Miliar pada tahun 2020 atau memiliki pangsa sebesar 2,20 %.

Strategi baru yang Spanyol lakukan dalam mengembangkan penjualan produk pakaiannya seperti kemeja katun laki-laki yaitu seperti "*click and collect*" yaitu beli produk secara *online* dan ambil di toko, "*shipping from store*" yaitu membeli produk di toko dan antar ke rumah, serta "*scan and shop*" yaitu dari *smartphone* pelanggan dapat memindai *barcode* dan menemukan produk yang diminati di toko terdekat atau membelinya langsung melalui *smartphone*. Selain itu, ada strategi yang sangat populer yaitu menawarkan edisi terbatas atau diskon hanya di toko *online* (Blas, 2018).

4) Viet Nam

Viet Nam merupakan eksporter ke-3 untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki (tidak termasuk rajutan atau kaitan, baju tidur, singlet dan rompi lainnya) di dunia dengan nilai ekspor sebesar USD 0,51 Miliar pada tahun 2020 atau memiliki pangsa sebesar 6,74 % (Trademap, 2022).

Strategi yang Viet Nam lakukan dalam mengembangkan produk kemeja katun pria atau anak laki-laki yaitu mendorong pertumbuhan industri dengan perjanjian perdagangan bebas. Peningkatan akses pasar melalui perjanjian perdagangan bebas (FTA) dan teknologi merupakan pendorong pertumbuhan utama bagi industri pakaian jadi termasuk kemeja katun pria atau anak laki-laki di Viet Nam. FTA bilateral dan regional Viet Nam terus memberikan akses kepada produsen Viet Nam ke pasar baru, meminimalkan dampak proteksionisme perdagangan yang meningkat. Dengan berlakunya FTA baru, pasar baru akan mengarah pada ekspor yang lebih tinggi dan mendorong produsen untuk mengembangkan rantai pasokan industri sehingga

mereka dapat memanfaatkan sepenuhnya tarif preferensial dan meningkatkan daya saing produk mereka.

Selain itu, industri di Viet Nam juga berinvestasi dalam teknologi terutama teknologi Industri 4.0 untuk meningkatkan produktivitas, dan kualitas agar tetap kompetitif. Kemudian, adanya investasi dari luar juga telah memberikan tekanan persaingan dan manfaat tambahan yang merangsang inovasi dan pertumbuhan produsen dalam negeri, serta membantu meningkatkan kapasitas industri dalam tiga dekade terakhir.

Meskipun industri kemeja sangat terpengaruh oleh pandemi, prospek optimis untuk pemulihan yang cepat dan kuat dimungkinkan, mengingat respon industri dan kebijakan dukungan pemerintah. Pasca-pandemi, Viet Nam akan fokus untuk meningkatkan rantai nilai dan membangun citra merek nasional yang kompetitif dan didorong oleh kualitas. Selain itu, juga dilakukan diversifikasi mitra dagangnya dan mengurangi impor (Vietnam Briefing, 2020).

BAB IV

KESIMPULAN

Pasar ritel India yang berkembang pesat, didukung oleh faktor-faktor seperti langkah fiskal dan ekonomi yang kuat, peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan sehingga menghasilkan peningkatan belanja konsumen dan peningkatan tenaga kerja. Di tengah pasar yang berkembang ini, ritel kemeja katun pria atau anak laki-laki menonjol sebagai salah satu kategori terbesar dan salah satu yang cepat berkembang.

Kemeja katun pria atau anak laki-laki merupakan salah satu produk inti bagi banyak eksportir di India Selatan seperti Chennai dan Bangalore. Selama beberapa tahun terakhir, kondisi pasar telah membuat kategori ini sangat menantang.

Kemeja katun/campuran katun diperkirakan akan tumbuh lebih cepat dari pasar kemeja pria di India secara keseluruhan karena meningkatnya preferensi bahan katun di antara konsumen karena faktor kenyamanan dan kualitas yang lebih tinggi.

Impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki terbesar India pada tahun 2021 berasal dari Bangladesh dengan share sebesar 67,97 % dari total impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India. Kemudian disusul oleh China dengan share sebesar 11,91 % dari total impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki India. Selain Bangladesh dan China, importasi juga dilakukan dari negara-negara ASEAN lainnya, seperti Viet Nam.

Ketergantungan India atas impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki masih tergolong tinggi. Hal ini ditandai dengan peningkatan *trend* impor produk kemeja katun pria atau anak laki-laki selama periode 2016 sampai 2021 yaitu sebesar 8,03%.

Indonesia berada di peringkat ke-11 sebagai pemasok produk kemeja katun pria atau anak laki-laki pada tahun 2021 di India dengan nilai sebesar USD 0,33 Juta atau setara dengan 0,50 % dari total impor India untuk produk tersebut pada tahun 2021. Produk kemeja katun pria atau anak laki-laki asal Indonesia perlu terus ditingkatkan ekspornya ke India mengingat India sangat potensial. Selain itu, produk kemeja katun

pria atau anak laki-laki asal Indonesia juga masih memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional mengingat Indonesia merupakan eksporter ke-10 untuk produk kemeja katun pria atau anak laki-laki di dunia.

LAMPIRAN

1. DAFTAR IMPORTIR

- 1) ARVIND FASHION LTD
DU PARC TRINITY, 8TH FLOOR, 17 MG ROAD, BANGALORE - 560001 INDIA
- 2) GPS STRATEGIC ALLIANCES, LLC.
C/O : EXPEDITORS INTERNATIONAL FORWARDING & CLEARING LLC.
JEBEL ALI FREE ZONE OFFICES & DISTRIBUTION CENTER, ROUND
ABOUT-8, WAREHOUSE HC-3 & HC-4, JEBEL ALI, DUBAI, U.A.E. (ARVIND
LIFESTYLE BRANDS)
- 3) MOHAN CLOTHING COMPANY PVT LTD
76, UDYOG VIHAR, PHASE-1 GURGAON, HARYANA, INDIA INDIA ,
- 4) H & M HENNES & MAURITZ RETAIL PRIVATE LIMITED.
RENAISSANCE INDUSTRIAL SMART CITY-WAREHOUSE-WB 4 VASHERE
VILLAGE, POST, AMANE, BHIWANDI, THANE 421302, MAHARASHTRA
INDIA
- 5) RELIANCE BRANDS LTD
5TH FLOOR, COURT HOUSE, L.T. MARG, MAHARASTRA MUMBAI - 400 002

DAFTAR EKSPORTIR

- 1) ACCESS BALI
JL. VETERAN NO.16 KEL. DANGIN PURI KAUH, KEC. DENPASAR UTARA
DENPASAR - BALI – INDONESIA
gunawan_putra@yahoo.com
- 2) AMEYA LIVINGSTYLE INDONESIA
DUSUN GUPAWARAK, DESA SENDANGSARI, PAJANGAN, BANTUL, 55751
YOGYAKARTA TEL :0274-6466796,6466797 FAX :0274-6466798
ARIS@AMEYAINDO.COM
- 3) PT BALI MODA BUSANA

JL. TANGKUBAN PERAHU GG. MUTIARA NO. 3, LK. PENGIPIAN
KELURAHAN KEROBOKAN KLOD, KECAMATAN KUTA UTARA, BADUNG

ptbalimodabusana@poupettestbarth.com

4) PT.YOGI MAKMUR

JL.BANGKA BLOK D-24, KBN CAKUNG, JAKARTA UTARA 14140

rahayu@ampleindo.co.id

5) PT.TYFOUNTEX INDONESIA

JL. SLAMET RIYADI NO.258 GUMPANG, KARTASURA KAB. SUKOHARJO
JAWA TENGAH, INDONESIA

octasakty@gmail.com

6) PT.UDIYANA LESTARI

Jl.Patih Jelantik No.200X,Legian-Kuta 80361 Bali,Phn:(0361)
751339,Fax:(0361)751739,Indonesia

INFO@UDIYANALESTARI.COM

7) PT.VAN LAACK INDONESIA

JL. INDUSTRI SELATAN 8 BLOK EE-8E KAWASAN INDUSTRI JABABEKA II
CIKARANG - BEKASI 17500

yanti@vanlaack.de

8) PT.PANJI DANANJAYA

DS.KRIKILAN, KEC.MASARAN, KAB.SRAGEN

bastian_parera@ymail.com

9) PT.SHINKO TOYOBO GISTEX GARMENT

JL.PANYAWUNGAN KM.19, CILEUNYI WETAN

nuki_nugraha@stg.co.id

10) PT.STARLIGHT GARMENT SEMARANG

JL. TEGALPANAS - JIMBARAN RT01/RW01, SECANG, DS. SAMBAN, BAWEN,
KABUPATEN SEMARANG 50661 INDONESIA

goldameyer@makalot.com.tw

2. DAFTAR PAMERAN

- 1) Fashion & Lifestyle Exhibition 2022
Place: Ambassador, New Delhi - IHCL SeleQtions
Categories: Apparel, Jewellery, Footwear, Accessories, Handbags, Home Decor, Gift items and many more
Event Timing: 11:00 AM – 12:00 PM (2 Apr 2022)

- 2) INDIA INTERNATIONAL MEGA TRADE FAIR
Place: Science City, Kolkata
Categories: Home & Lifestyle, Apparel & Clothing
Event Timing: 12:00 PM – 09:00 PM (17 Dec 2022 - 02 Jan 2023)

- 3) INDIA INTERNATIONAL GARMENT FAIR
Place: India Expo Mart Circle
Categories: Fashion, Apparel & Clothing
Event Timing: 28 Jan 2023 - 30 Jan 2023

- 4) FASHIONISTA – RAIPUR
Place: Sayaji Hotel Raipur, GE Road
Categories: Fashion, Apparel & Clothing
Event Timing: 11 Jan 2023 - 13 Jan 2023

- 5) FABRICS & ACCESSORIES TRADE SHOW
Place: Pragati Maidan, New Delhi
Categories: Fashion, Apparel & Clothing
Event Timing: 21 Jul 2022 - 23 Jul 2022

DAFTAR ASOSIASI

- 1) The Clothing Manufacturers Association of India (CMAI)
Address: 901, Naman Midtown, A-Wing, Behind Kamgar Kala Kendra, Senapati Bapat Marg, Prabhadevi (West), Mumbai 400 013.
Phone: 022-24390909
Email: info@cmai.in

- 2) The Textile Association (India)
Address: 702, Santosh Apartment, 7th Floor, Plot No. 72-A, Dr. M. B. Raut Road, Shivaji Park, Dadar (West), Mumbai – 400 028 Maharashtra, India

Phone +91-22-24461145

Email: taicnt@gmail.com

3) Confederation of Indian Textile Industry (CITI)

Address: 6th Floor, Narain Manzil, 23,
Barakhamba Road, New Delhi-110 001

Phone: 23325012 / 13 / 15 / 55

Email: mail@citiindia.org

Fax: (+91) 1141519602

3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

<p><i>Indian Embassy in Indonesia</i> JL HR Rasuna Said, Kav S-1 Kuningan, Jakarta Selatan, 12950, Indonesia Tel : +62-21- 5204150 / 52 / 57 / 5264931 Fax : +62-21- 5204160, 5265622, 5264932, 5226833</p>	<p><i>Indonesian Embassy in India</i> 50-A Kautilya Marg, Chanakyapuri, New Delhi 110021 Tel : +91-11- 26118642-46 Email : newdelhi.kbri@kemlu.go.id Fax : +91-11-26874402, 26886763</p>
<p>Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Mumbai, Republik India 19 Altamount Rd. Cumballa Hill Mumbai 400026 INDIA Tel : +91 22 2351 1678/2353 0900/ 2353 0940 Email : indonesia@kjrimumbai.net Fax : +91 22 2351 0941/ 2351 5862</p>	<p>ITPC Chennai 3rd Floor, Ispahani Center, 123/124, Nungambakkam High Road, Chennai 600034 – India Tel : (+91) 44-4208 9196; Fax : (+91) 44-4208 9197 Email : inquiry@itpcchennai.com</p>
<p>Konsulat Jenderal India di Bali Jl. Raya Puputan No.163, Renon, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80235 Tel : (0361) 259502</p>	<p>Konsulat Jenderal India di Medan JL Uskup Agung A Sugiopranoto 19, Medan, 20152, Petisah Hulu, Medan Baru, Medan City, North Sumatra 20152 Tel :(061) 4556452</p>

**Confederation of Indian Industry
(CII) Jakarta**

Graha Irama, 15th Floor unit A
Jl. H.R. Rasuna Said, Block X1 Kav .1-
2
Jakarta 12950, Indonesia
Tel: +62-21 5261357
Fax: +62 21 5261460

DAFTAR PUSTAKA

- Apparel Resources. (2022). Shirt remains a challenging yet high-potential product for Indian garment industry. Retrieved from <https://apparelresources.com/business-news/sourcing/shirt-remains-challenging-yet-high-potential-product-indian-garment-industry/>
- Asean.org. (2022). Free Trade Agreements with Dialogue Partners. ASEAN-India Free Trade Area. Schedule of Tariff Commitments India to ASEAN-5 + CLMV. Retrieved from <https://asean.org/wp-content/uploads/images/2012/Economic/AEM/document/22682.pdf>
- Blas, Antonia. (2018). The Competitiveness of the Spanish Clothing Industry. Retrieved from https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/163437/Blas_Antonia.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- BPS. (2022). Ekspor Impor Indonesia. Retrieved from <http://sister.kemendag.go.id/>
- Central Intelligence Agency. (2022). *India Country Profile*. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/india>
- Connect2India. (2022). Import Duty India. Retrieved from <https://connect2india.com/import-duty-for-Mens,-boys-shirts,-of-cotton,-not-knit/hs-code-620520>
- Euromonitor. (2022). Menswear in India – Analysis. Retrieved from <https://www.euromonitor.com/menswear-in-india/report>
- Focuseconomics. (2020). *India Economic Outlook*. <https://www.focus-economics.com/countries/india#:~:text=India Economic Growth&text=FocusEconomics panelists project GDP to,increase 9.2%25 in FY 2021>
- Haryana, Avif., dan Kurniawan, Wilbowo. (2015). Konsumsi dan Perdagangan Pakaian Jadi di Dalam Negeri. BPPP Kementerian Perdagangan. Retrieved from http://bPPP.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Isi-BRIK_Pakaian_Jadi.pdf
- How to Export Import. (2019). Import of Textile and Textile Articles. Retrieved from <https://howtoexportimport.com/Import-of-Textile-and-Textile-Articles-1055.aspx>

- India Retailing. (2022). Why Retailers are Betting Big on the Indian Shirt Market. Retrieved from <https://www.indiaretailing.com/2019/04/17/fashion/why-retailers-are-betting-big-on-the-indian-shirts-market/>
- Indiamart. (2022). Men Cotton Shirt. Retrieved from <https://dir.indiamart.com/impcat/mens-casual-shirt.html>
- International Trade Administration. (2022). Textile and Apparel Market Report – India. Retrieved from <https://www.trade.gov/textile-and-apparel-market-report-india>
- Invest India. (2022). India – Knitting the Future. Retrieved from <https://www.investindia.gov.in/sector/textiles-apparel>
- Kementerian Perdagangan. Metode Pembayaran Ekspor Impor. Retrieved from http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/97-metode-pembayaran
- Kumar, V., Verma, P., Jha, A., Lai, K.-K., & Do, M.-H. (2020). Dynamics of a medium value consumer apparel supply chain key parameters. International Journal of Productivity and Performance Management, ahead-of-print(ahead-of-print). doi:10.1108/ijppm-10-2019-0501
- Marketing to China. (2022). Fashion in China : Top Marketing Strategies for Brands. Retrieved from <https://marketingtochina.com/fashion-in-china-top-marketing-strategies-for-brands/>
- McKinsey&Company. (2021). What's next for Bangladesh's garment industry, after a decade of growth?. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/whats-next-for-bangladeshs-garment-industry-after-a-decade-of-growth>
- Mordor Interlligence 1. (2022). Menswear Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, And ForecastS (2022 - 2027). Retrieved from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/menswear-market>
- Mordor Interlligence 2. (2022). China Home Textiles Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, And Forecasts (2022 - 2027). Retrieved from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/china-home-textile-market>
- Statista. (2022). Statista Country Report. India 2021. Retrieved from <https://www.statista.com/study/48366/india/>
- Statista 1. (2022). Men's Apparel : Shirt India. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/cmo/apparel/men-s-apparel/shirts/india>

Statista 2. (2022). Men's Apparel : Shirt Indonesia. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/cmo/apparel/men-s-apparel/shirts/indonesia>

Study.com. (2022). Textile Industry in Spain. Retrieved from <https://study.com/academy/lesson/textile-industry-in-spain.html>

Tax Management India. (2022). Tax India. Retrieved from https://www.taxmanagementindia.com/visitor/detail_article.asp?ArticleID=7519

Textiles Committee. (2022). Certification. Retrieved from <https://textilescommittee.nic.in/certification-0>

Trade.gov (2020). eCommerce. Retrieved from <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/india-ecommerce>

Trademap. (2022). Trade Statistics. Retrieved from <http://trademap.org/Index.aspx>

Tradestat. (2022). Exports Imports India. Retrieved from <https://tradestat.commerce.gov.in/meidb/default.asp>

Vietnam Briefing. (2020). Seizing Investment Opportunities in Vietnam's Garment and Textile Industry. Retrieved from <https://www.vietnam-briefing.com/news/seizing-investment-opportunities-vietnams-textile-garment-industry.html/>

Vogue Business. (2022). India's Big Menswear Opportunity. Retrieved from <https://www.voguebusiness.com/fashion/indias-big-menswear-opportunity-tarun-tahiliani-canali-uniqlo>

Walk Through India. (2022). Airport in India. Retrieved from <http://www.walkthroughindia.com/offbeat/top-15-international-airports-of-india-serving-major-cities/>

WITS. 2022. Tariff and Trade Analysis. Retrieved from <http://wits.worldbank.org/WITS/WITS/AdvanceQuery/TariffAndTradeAnalysis/AdvancedQueryDefinition.aspx?Page=TariffandTradeAnalysis>

World Data Info. (2022). Transport and infrastructure in India. Retrieved from <https://www.worlddata.info/asia/india/transport.php>

World of Garment. (2022). Spanish Textile Machinery Industry. Retrieved from <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/2491/spanish-textile-machinery-industry>

World Population Review. (2022). *India Population 2021*.
<https://worldpopulationreview.com/countries/india-population>