

MARKET BRIEF

Peluang Ekspor Alas Kaki di Pasar Nigeria



Indonesian Trade Promotion Centre
Ministry of Trade Republic of Indonesia
Lagos, Nigeria.
2021

KATA PENGANTAR

Kami mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, ITPC Lagos telah menyelesaikan Intelijen Bisnis yang berjudul “Peluang Ekspor Alas Kaki di Pasar Nigeria”. Intelijen Bisnis ini merupakan pembahasan singkat tentang potensi dan kondisi pasar produk alas kaki di Nigeria. Penulisan Intelijen Bisnis ini mengacu pada Peraturan 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 antara lain menyediakan informasi terkini tentang suatu produk di suatu negara, mencakup peraturan, potensi, tren, dan strategi, peluang dan hambatan, serta informasi lainnya yang diperlukan. Dengan demikian Intelijen Bisnis ini diharapkan dapat membantu upaya peningkatan pemasaran produk alas kaki Indonesia di pasar Nigeria.

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

Mei 2021

Indonesian Trade Promotion Centre Lagos

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI.....	3
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR GAMBAR.....	5
RINGKASAN EKSEKUTIF	6
I. PENDAHULUAN.....	7
1.1 TUJUAN.....	8
1.2 METODOLOGI	8
1.3 BATASAN PRODUK.....	8
1.4 GAMBARAN UMUM NIGERIA.....	8
II. PELUANG PASAR ALAS KAKI DI NIGERIA	13
2.1 TREN PRODUK ALAS KAKI DI NIGERIA.....	13
2.2 STRUKTUR PASAR.....	16
2.3 SALURAN DISTRIBUSI	20
2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA	20
III. PERSYARATAN PRODUK.....	22
3.1 KETENTUAN PRODUK.....	22
3.2 KOMPETITOR.....	22
3.3 KETENTUAN PEMASARAN DAN STRATEGI	24
3.4 INFO STRUKTUR HARGA.....	25
3.5. METODE TRANSAKSI/PEMBAYARAN	25
IV KESIMPULAN.....	27
DAFTAR PUSTAKA	28
LAMPIRAN	29
MARKET SURVEY	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Estimasi dan Proyeksi Pertumbuhan GDP Tahun 2020-2022 (% change)	11
Tabel 2. Impor Alas Kaki Nigeria dari Dunia (by Product)	16
Tabel 3. Impor Alas Kaki Nigeria dari Dunia (by Country).....	17
Tabel 4. Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Dunia (by Country)	18
Tabel 5. Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Dunia (by Product)	18
Tabel 6. Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Nigeria periode Jan-Des 2020	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Nigeria	10
Gambar 2. Overview Nigeria Population Tahun 2020	11
Gambar 3. Perkembangan GDP per Capita Nigeria 1960-2019	13
Gambar 4. Pengrajin Sepatu di Ariara International Market Nigeria.....	15
Gambar 5. Saluran Distribusi Alas Kaki di Nigeria.....	20
Gambar 6. 10 Negara Pemasok HS 64 Nigeria Tahun 2019	22

RINGKASAN EKSEKUTIF

Alas kaki merupakan salah satu produk dengan permintaan yang tinggi di Nigeria. Sektor “tekstil, baju dan alas kaki” merupakan penyumbang terbesar kedua setelah sektor makanan olahan di GDP sektor manufaktur Nigeria. Peningkatan GDP per kapita Nigeria pada dekade belakangan ini juga membuat kebutuhan masyarakat Nigeria akan produk alas kaki berkualitas semakin meningkat.

Produk yang akan dibahas pada kategori alas kaki (HS 64) yaitu HS 6403 (*Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of leather (excluding orthopaedic footwear, skating boots with ice or roller skates attached, and toy footwear)*) atau sepatu kulit dan HS 6404 (*Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of textile materials (excluding toy footwear)*) atau sepatu berbahan tekstil. Total impor Nigeria dari seluruh dunia pada tahun 2019 adalah USD 47.3 Milyar. Sedangkan untuk produk alas kaki, Nigeria mengimpor sebesar USD 57.2 Juta pada tahun 2019 atau sebesar 0,12 % dari keseluruhan total impor Nigeria. Nilai impor alas kaki Nigeria dalam dua tahun terakhir (2018-2019) terus mengalami peningkatan, setelah sempat mencapai puncaknya pada tahun 2016 dengan nilai USD 77.4 Juta.

Pada tahun 2019, produk alas kaki di pasar Nigeria terbanyak dipasok dari negara Tiongkok dengan nilai sebesar USD 42.2 Juta, kemudian diikuti oleh Pantai Gading sebesar USD 3 Juta dan Korea Selatan sebesar USD 2.88 Juta. Sedangkan Indonesia berada pada posisi ke-56 sebagai *supplier* alas kaki di Nigeria dengan nilai USD 3 Ribu. Ke depan, nilai ini sangat bisa ditingkatkan. Terutama apabila melihat banyaknya produsen alas kaki di Indonesia.

Hal tersebut menjadi catatan bagi ITPC di Lagos sekaligus menjadi kesempatan bagi para pelaku usaha Indonesia untuk dapat meningkatkan ekspor alas kaki ke Nigeria.

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, industri *fashion* Nigeria semakin membesar dan menarik perhatian dunia. Berdasarkan data GDP dari National Bureau Statistics (NBS) Nigeria, sektor “tekstil, baju dan alas kaki” memiliki rata-rata peningkatan 17% tiap tahun sejak tahun 2010. Ukuran pasar Nigeria sendiri cukup besar diantara Negara di Afrika kawasan sub-sahara lainnya, yaitu dengan porsi sebesar 15% atau bernilai sebesar USD 4.7 Triliun. Walaupun nilai ini masih kecil apabila dibandingkan dengan sesama Negara Afrika yang lebih maju seperti Afrika Selatan yang memiliki nilai USD 14.4 Triliun.

Nigeria dengan populasi dan GDP terbesar di Benua Afrika merupakan ‘ibukota’ *fashion* di benua tersebut. Menurut pernyataan Elle South Africa Fashion Editor, Nigeria sangat dominan di skena *fashion* hingga banyak orang Afrika lain mengkritik bahwa industri tersebut sedang mengalami ‘Nigeria-isasi’. Bila melihat budaya berbusana orang Nigeria, maka kita juga dapat melihat bagaimana orang Afrika lain berbusana. Masyarakat Nigeria sangat suka mengkombinasikan unsur formal dengan tradisional di busananya. Alas kaki, baik sepatu dan sandal merupakan barang wajib yang harus dimiliki.

Namun, permintaan pasar Nigeria yang besar terhadap produk alas kaki tidak bisa ditopang industri dalam negeri yang masih memiliki banyak permasalahan infrastruktur dan *value chain* ditambah dengan preferensi konsumen Nigeria terhadap alas kaki luar negeri yang membuat gempuran impor tidak terbendung.

Oleh karena itu diperlukan analisis intelijen bisnis produk alas kaki di Nigeria. Hal ini dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai kondisi pasar alas kaki di Nigeria sehingga dapat dijadikan peluang untuk para pelaku usaha Indonesia dalam meningkatkan penetrasi pasar di Nigeria.

1.1 TUJUAN

Tujuan disusunnya analisis intelijen bisnis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang perkembangan dinamika perdagangan dan industri produk alas kaki di Nigeria.
- 2) Untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang posisi pesaing dan strategi pesaing produk alas kaki di Nigeria.
- 3) Untuk memberikan strategi yang perlu dilakukan untuk memasuki pasar Nigeria bagi pelaku usaha yang baru dan ekspansi bagi pelaku usaha yang telah memasuki pasar Nigeria.

1.2 METODOLOGI

Analisis intelijen bisnis produk alas kaki 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 alas kaki Indonesia di pasar Nigeria.

1.3 BATASAN PRODUK

Produk yang menjadi definisi dari produk alas kaki adalah produk turunan dari HS 64 yaitu HS 6403 (*Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of leather (excluding orthopaedic footwear, skating boots with ice or roller skates attached, and toy footwear)*) dan HS 6404 (*Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of textile materials (excluding toy footwear)*).

1.4 GAMBARAN UMUM NIGERIA

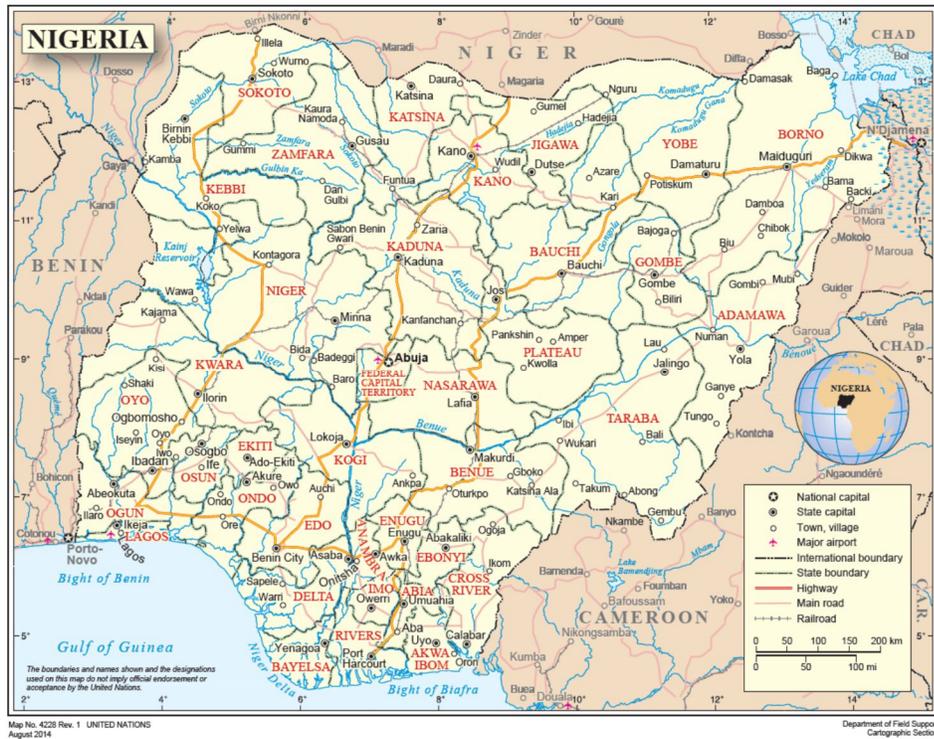
Berikut adalah gambaran singkat dari negara Nigeria dilihat dari segi geografis, politik dan sosialnya :

- ✓ Ibu Kota : Abuja
- ✓ Kota Perdagangan : Lagos (*Southwestern*), Kano (*Northern*), Enugu (*Eastern*)

- ✓ Bentuk Negara : Federal Republik dengan 36 states dan 1 federal territorial
- ✓ Kepala Negara : Presiden Muhammadu Buhari
- ✓ Populasi : 206 Juta (2020)
- ✓ Luas Area : Tanah 910,768 *sq km*, Air 13,000 *sq km*
- ✓ Bahasa : *English (resmi), Hausa, Yoruba, Igbo, Fulani, dll*
- ✓ Agama : Muslim 50%, Kristen 40%, kepercayaan lokal 10%

a) Geografis

Secara geografis Nigeria masuk ke dalam negara Afrika Barat yang berbatasan dengan Gulf dan Guinea dan diapit oleh Kamerun dan Benin. Luas total wilayah Nigeria adalah sebesar 923,768 *sq km* dengan jumlah daratan seluas 910,768 *sq km* dan perairan seluas 13,000 *sq km*. Ukuran daratan Nigeria kira-kira sebesar tujuh kali provinsi Kalimantan Timur. Nigeria memiliki 4 (empat) perbatasan dengan negara-negara tetangga yaitu: Republik Benin, Kamerun, Niger dan Chad. Nigeria memiliki iklim tropis dengan dua musim yaitu kemarau dan hujan.



Gambar 1. Peta Nigeria

Sumber : United Nations, 2014

b) Pemerintahan

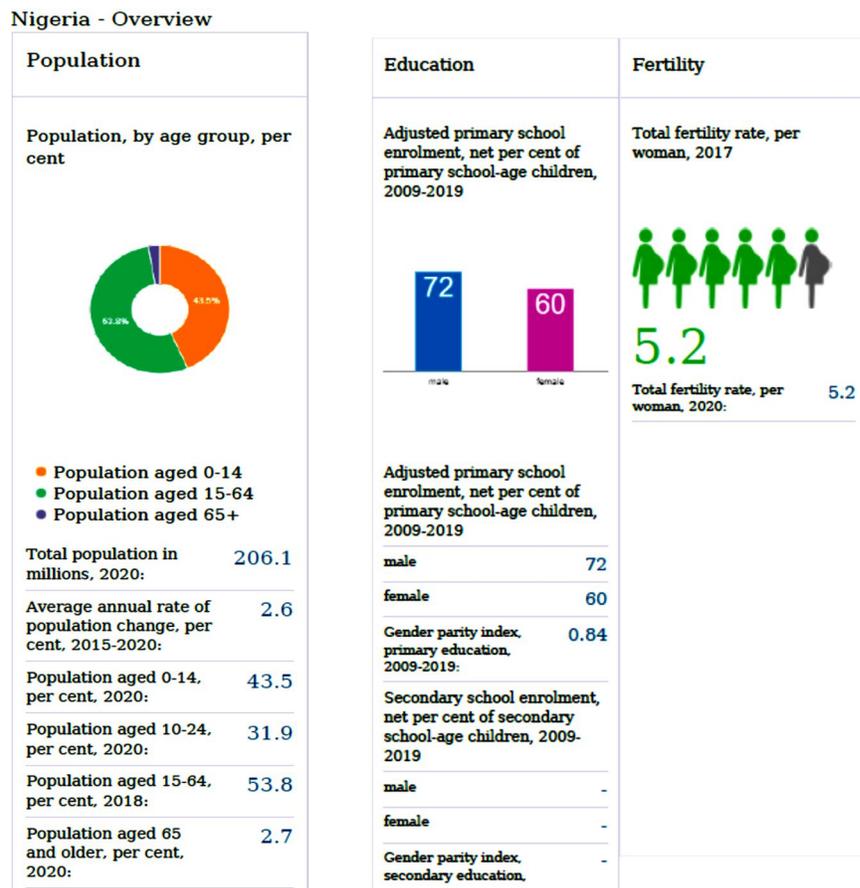
Negara Nigeria menganut pemerintahan Federal dan dipimpin oleh Presiden Dr. Muhammadu Buhari sejak tahun 2015. Nigeria pertama kali diakui kedaulatannya pada tanggal 1 Oktober 1960 yang secara resmi merdeka dari penjajahan Inggris. Dari sisi perdagangan, Lagos merupakan kota perdagangan utama di Nigeria. Tetapi apabila dibagi per wilayah, berikut adalah nama kota perdagangan yang ada di Nigeria:

- 1) *Southwestern* : Lagos
- 2) *Northern* : Kano
- 3) *Eastern* : Enugu

c) Demografi Populasi

Berdasarkan sensus penduduk dari United Nation Population Fund (UNFP), tingkat populasi Nigeria secara gender relatif berimbang antara laki-laki dan perempuan. Sementara dari kelompok usia, kelompok bayi hingga remaja usia 0 -14 tahun merupakan mayoritas (43,5%)

dalam struktur kependudukan. Informasi Populasi, tingkat Edukasi, dan tingkat Kesuburan di Nigeria sebagai berikut:



Gambar 2. Overview Nigeria Population Tahun 2020

Sumber : United Nation Population Fund (UNFP)

d) Indikator Makroekonomi

Tabel 1. Estimasi dan Proyeksi Pertumbuhan GDP Tahun 2020-2022 (% change)

Negara	2020	Proyeksi 2021	Proyeksi 2022
Indonesia	-2.1	4.3	5.8
Nigeria	-1.8	2.5	2.3
Afrika Selatan	-7.0	3.1	2.0
Ghana	0.9	4.6	6.1
Kamerun	-2.8	3.4	4.3

Sumber: World Economic Outlook IMF, diolah (2021)

Bila dibandingkan dengan Indonesia, pada tahun 2020 ini dimana hampir seluruh negara mengalami pertumbuhan ekonomi yang negatif karena pandemi, Nigeria sedikit lebih baik dengan turun hanya -1.8% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 sedikit lebih dalam dengan angka -2.1%. Walaupun pada proyeksi pertumbuhan di tahun 2021-2022 Indonesia jauh lebih unggul (4.3% dan 5.8%) dibanding Nigeria yang hanya mencapai rerata 2.4%.

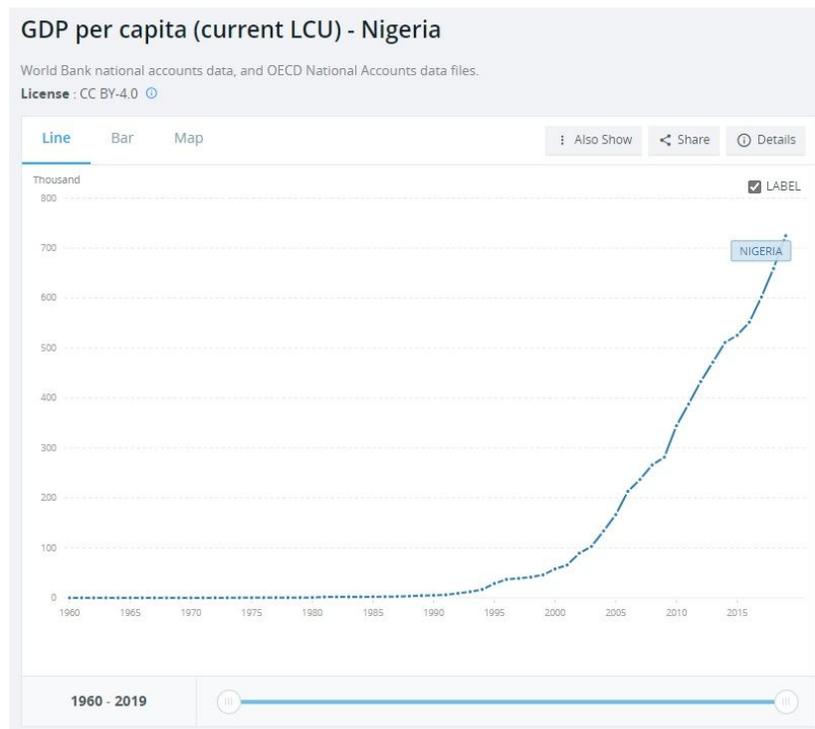
Di kawasan Afrika, terutama di region sub-sahara, penurunan pertumbuhan GDP tahun 2020 Nigeria cukup ringan apabila dibandingkan dengan Afrika Selatan yang mengalami penurunan yang sangat curam di angka -7% atau Kamerun di angka -2.8%. Walaupun begitu, proyeksi pertumbuhan Nigeria pada tahun 2021-2022 masih dibawah Ghana dan Kamerun yang mengalami pertumbuhan yang tinggi. Tapi apabila disesuaikan dengan *size* ekonomi riil, tentu Nigeria masih yang terbesar hingga beberapa tahun yang akan datang.

II. PELUANG PASAR ALAS KAKI DI NIGERIA

2.1 TREN PRODUK ALAS KAKI DI NIGERIA

Selama bertahun-tahun, alas kaki berkualitas rendah telah membanjiri pasar Nigeria. Negara dengan populasi mencapai 206 juta jiwa pada tahun 2020, yang merupakan yang terbesar di Benua Afrika dan ke-7 terbesar di dunia, memiliki mayoritas penduduk yang berpenghasilan rendah sehingga tidak mampu membeli produk alas kaki berkualitas tinggi, seperti sepatu buatan Italia atau Spanyol.

Namun pertumbuhan ekonomi yang meningkat pesat hampir tujuh kali lipat sejak tahun 2000 dengan GDP USD 69.5 Milyar menjadi USD 448 Milyar pada tahun 2019 juga berarti meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat Nigeria sehingga turut membawa perubahan pada selera konsumen akan produk berkualitas.



Gambar 3. Perkembangan GDP per Capita Nigeria 1960-2019

Sumber: *Data World Bank (2020)*

Masyarakat Nigeria sendiri dikenal memiliki ketergantungan dan memiliki preferensi yang lebih tinggi terhadap sepatu impor, dan ketergantungan ini merupakan salah satu isu penting di Nigeria. Ketergantungan ini disebabkan oleh persepsi bahwa sepatu impor memiliki kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan produksi dalam negeri, yang sering dianggap berkualitas rendah. Bahkan di jenis produk lain seperti tas dan baju, banyak konsumen yang lebih memilih produk dengan merk mewah namun imitasi dibandingkan produk lokal yang berkualitas baik. Karena preferensi konsumen ini, banyak produk sepatu baik lokal maupun impor menggunakan label bernuansa asing (Italia) agar penjualannya meningkat di Nigeria.

Beberapa usaha telah dilakukan oleh Pemerintah Nigeria dalam mengatasi hal tersebut. Sejak tahun 2000-an, jenis sepatu boot dimasukkan ke dalam daftar larangan impor dengan alasan untuk melindungi industri dalam negeri. Namun studi pada tahun 2011 menyatakan bahwa usaha Pemerintah Nigeria ini hanya menghasilkan hasil yang minimal. Larangan tersebut tidak memiliki efek yang signifikan terhadap laju impor sepatu ke Nigeria, karena impor sepatu masih dapat menggunakan skema perdagangan bebas ECOWAS dimana Nigeria menjadi salah satu anggotanya.

Larangan impor tersebut juga tidak dibarengi dengan dukungan Pemerintah terhadap industri sepatu lokal Nigeria. Walaupun beberapa pengrajin Nigeria berusaha untuk membuat produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, namun masih kesulitan dengan ketersediaan bahan baku, seperti kulit. Hal ini disebabkan karena pengrajin kulit Nigeria, seperti di daerah Kano dan Kaduna, mengeksport semua produk kulit yang bagus ke luar negeri. Di sisi lain peralatan yang dibutuhkan untuk membuat sepatu sangat mahal karena masih impor dan pengetahuan tentang teknik membuat sepatu masih belum tersebar luas. Hambatan yang terjadi di *value chain* industri sepatu ini membuat Nigeria memiliki masalah *underproduction* dalam memenuhi permintaan pasar yang tinggi sehingga membuat pengusaha di sektor ini sulit bertahan dari gempuran impor. Bila dilihat dari kapasitas produksi sepatu per hari, Nigeria hanya dapat memproduksi 120 pasang, sangat kontras bila dibandingkan dengan Ethiopia yang dapat memproduksi hingga 10,000 pasang per hari.

Secara garis besar produksi alas kaki di dalam negeri Nigeria masih menggunakan cara tradisional dan dalam skala kecil. Untuk skala besar, baru pada akhir tahun 2019 pabrik Bata

Nigeria didirikan di Abuja. Pabrik ini mampu menghasilkan 500,000 pasang per tahun dan sejalan dengan agenda Pemerintah Nigeria dalam mendorong produksi sepatu dalam negeri dengan label “Made in Nigeria”.

Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha alas kaki Indonesia. Indonesia memiliki banyak produsen dan pengrajin alas kaki, memiliki kapasitas produksi yang besar dengan rata-rata nilai ekspor USD 4,5 milyar tiap tahunnya. Sektor industri alas kaki Indonesia sudah bertahan sejak lama dan kompetitif di pasar global. Model alas kaki produksi Indonesia pun sangat beragam dari yang berbahan kulit, kain, sepatu olahraga ataupun sandal, dengan beragam kualitas dan teknik pembuatan sepatu.

Dengan melakukan ekspor alas kaki ke Nigeria, berarti juga mendapatkan akses ke kawasan Afrika Barat karena Nigeria merupakan *hub* ke wilayah tersebut. Di Ariaria International Market yang berlokasi di daerah Aba, tenggara Nigeria, terdapat pasar sepatu dan pengrajin sepatu lokal yang dikunjungi oleh para pedagang dari Negara-negara seperti Chad, Ghana, Togo, Niger dan Pantai Gading yang menjual sepatu-sepatu tersebut ke negaranya.



Gambar 4. Pengrajin Sepatu di Ariaria International Market Nigeria

Sumber: <http://inehsjournal.blogspot.com/2013/09/the-ariaria-international-market.html>

2.2 STRUKTUR PASAR

Permintaan produk alas kaki Nigeria dari dunia dalam lima tahun terakhir (2015-2019) stabil dengan nilai tren -7.6% dengan nilai pada tahun 2015 sebesar USD 70.7 Juta hingga pada tahun 2019 nilai impor alas kaki Nigeria mencapai USD 57.2 Juta, mengalami peningkatan sebesar 6.83% dari tahun 2018 yang memiliki nilai USD 53.6 Juta. Berdasarkan turunan produk HS 64, HS 6406 (*parts of footwear*) paling banyak diimpor pada tahun 2019 dengan nilai USD 30.4 Juta. Sedangkan HS 6403 (sepatu kulit) menduduki urutan kedua dengan nilai USD 9.74 Juta atau memiliki porsi sebesar 17%. Kemudian di urutan selanjutnya ada HS 6404 (sepatu berbahan tekstil) dengan nilai USD 8.75 Juta atau sebesar 15.3% dari seluruh impor alas kaki Nigeria pada tahun 2019.

Tabel 2. Impor Alas Kaki Nigeria dari Dunia (by Product)

No	Code	Product label	Imported value (US Dollar thousand)				
			2015	2016	2017	2018	2019
	TOTAL	All products	70.777	77.407	62.367	53.613	57.276
1	'6406	Parts of footwear, incl. uppers whether or not attached to soles other than outer soles; removable ...	59.219	62.424	48.253	40.337	30.445
2	'6403	Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of ...	2.545	7.123	8.669	3.813	9.742
3	'6404	Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of ...	4.039	4.055	2.644	6.576	8.754
4	'6402	Footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics (excluding waterproof footwear of ...	3.132	2.740	985	1.334	4.115
5	'6401	Waterproof footwear with outer soles and uppers of rubber or of plastics, the uppers of which ...	1.193	892	1.674	943	2.868
6	'6405	Footwear with outer soles of rubber or plastics, with uppers other than rubber, plastics, leather ...	649	173	142	610	1.352

Sumber: Trademap (2021)

Bila dilihat dari Negara asal impor alas kaki Nigeria pada tahun 2019, Tiongkok merupakan Negara dengan nilai *supply* terbesar senilai USD 42.2 Juta atau menguasai 73.7% dari keseluruhan nilai impor alas kaki Nigeria. Di urutan berikutnya ada Pantai Gading dengan nilai USD 3.07 Juta (5.36%), Korea Selatan dengan nilai USD 2.88 Juta (5.04%), Italia dengan nilai USD 1.87 Juta

(3.28%) dan UK dengan nilai USD 1.78 Juta (3.11%). Dari data ini diketahui bahwa Indonesia menduduki peringkat Negara dengan nilai *supply* terbesar ke-56.

Tabel 3. Impor Alas Kaki Nigeria dari Dunia (by Country)

No	Countries	Imported value (US Dollar thousand)				
		2015	2016	2017	2018	2019
	All Countries	70.778	77.407	62.369	53.613	57.277
1	China	62.075	69.682	56.957	47.465	42.230
2	Côte d'Ivoire	1.278	1.096	1.036	852	3.070
3	Korea, Republic of	205	0	152	0	2.885
4	Italy	3.357	2.575	2.072	1.589	1.877
5	United Kingdom	424	228	462	417	1.781
6	United States of America	547	559	393	795	1.315
7	India	204	276	164	126	571
8	Africa not elsewhere specified	0	0	0	0	500
9	Viet Nam	318	208	1	0	461
10	Turkey	4	318	8	45	337
56	Indonesia	200	0	0	0	3

Sumber: Trademap (2021)

Sedangkan bila disesuaikan dengan data Ekspor alas kaki Indonesia ke dunia, tren nilai ekspor alas kaki Indonesia cukup stabil di angka 0.53% dalam lima tahun terakhir (2015-2019). Pada tahun 2019 Indonesia memiliki nilai sebesar USD 4.4 Milyar atau menurun sebesar -13.7% dari nilai tahun 2018 yang memiliki nilai sebesar USD 5.1 Milyar. Nigeria sendiri menduduki urutan ke-108 dari negara tujuan ekspor alas kaki Indonesia.

Tabel 4. Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Dunia (by Country)

No	Countries	Exported value (US Dollar thousand)				
		2015	2016	2017	2018	2019
	All Countries	4.507.025	4.639.860	4.911.848	5.113.294	4.409.287
1	United States of America	1.267.279	1.296.987	1.333.662	1.418.812	1.440.814
2	China	311.183	391.623	480.675	534.289	527.151
3	Germany	313.507	325.121	326.754	361.768	306.650
4	Belgium	354.007	340.686	380.344	417.509	305.828
5	Japan	274.985	305.028	328.548	338.002	295.816
6	United Kingdom	274.091	228.697	228.819	253.465	157.101
7	Netherlands	170.108	196.311	182.445	166.647	131.505
8	Italy	143.606	133.285	143.614	141.151	119.497
9	Korea, Republic of	148.519	179.694	181.818	156.680	102.331
10	Mexico	73.666	85.475	109.437	109.710	95.804
108	Nigeria	36	33	21	80	11

Sumber: Trademap (2021)

Gabungan HS 6403 dan HS 6404 mendominasi ekspor alas kaki Indonesia ke dunia dengan porsi sebesar 88.7% dari keseluruhan nilai. Produk alas kaki yang paling banyak diekspor adalah HS 6403 dengan nilai USD 2.26 Milyar atau memiliki porsi lebih dari separuhnya sebesar 51.4%. Di urutan selanjutnya ada HS 6404 dengan nilai USD 1.64 Milyar atau memiliki porsi 37.3%.

Tabel 5. Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Dunia (by Product)

No	Code	Product label	Exported value (US Dollar thousand)				
			2015	2016	2017	2018	2019
	TOTAL	All products	4.507.025	4.639.860	4.911.848	5.113.294	4.409.287
1	'6403	Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of leather	2.303.478	2.260.270	2.551.716	2.684.821	2.268.258
2	'6404	Footwear with outer soles of rubber, plastics, leather or composition leather and uppers of textile materials	1.474.817	1.707.374	1.665.366	1.755.168	1.644.143
3	'6402	Footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics	554.392	512.508	539.76	521.206	358.052
4	'6406	Parts of footwear, incl. uppers whether or not attached to soles other than ...	121.418	114.095	127.595	126.015	115.181
5	'6405	Footwear with outer soles of rubber or plastics, with uppers other than rubber, plastics, leather or textile materials...	34.576	31.789	18.396	15.07	13.894
6	'6401	Waterproof footwear with outer soles and uppers of rubber or of plastics, the uppers of which are neither fixed to the sole nor ...	18.345	13.824	9.015	11.014	9.758

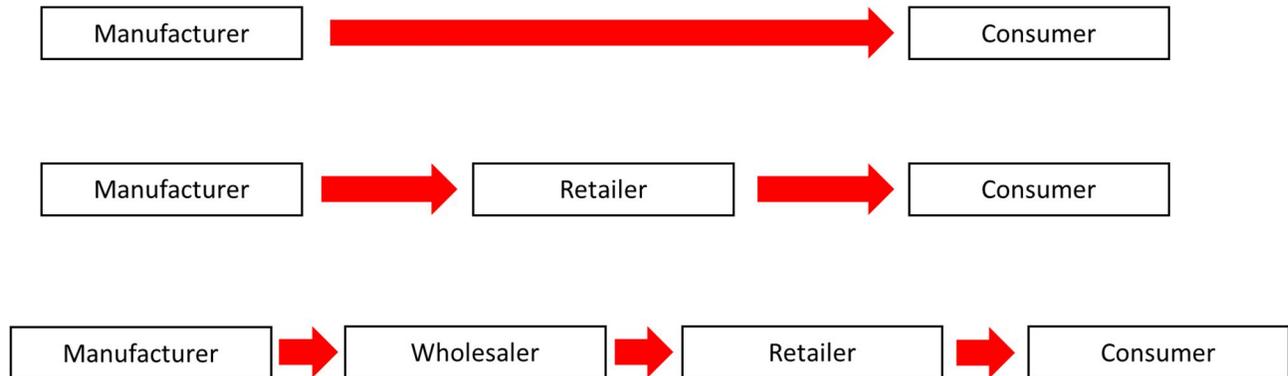
Dari data BPS terkait Ekspor alas kaki Indonesia ke Nigeria pada periode Januari – Desember tahun 2020, diketahui nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Nigeria hanya bernilai kurang lebih USD 1,000, yang berarti hampir sama dengan nilai tahun 2019. Walaupun apabila dilihat sejak tahun 2016-2018 ekspor alas kaki Indonesia ke Nigeria mencapai angka puluhan ribu dollar dengan puncaknya pada tahun 2017 dengan nilai USD 80 Ribu.

Tabel 6. Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Nigeria periode Jan-Des 2020

NO.	HS	COMMODITY	2016	2017	2018	2019	2020	
			VALUE IN US\$ 000			US\$ 000	US\$ 000	% SHARE
1	6403	Footwear With Outer Soles Of Rubber, Plastics, Leather Or Composition Leather An D Uppers Of Leather.	-	-	6	0	0	48,04
2	6404	Footwear, With Outer Soles Of Rubber, Plastics, Leather Or Composition Leather And Uppers Of Textile Materials	3	4	1	0	0	32,99
3	6405	Other Footwear.	6	20	4	1	0	18,97
4	6402	Other Footwear With Outer Soles And Uppers Of Rubber Or Plastics	12	57	1	0	-	-
5	6401	Waterproof Footwear With Outer Soles & Uppers Of Rubber/Plastics,The Uppers Of Which Are Neither Fixed To The Sole Nor Assembled By Stitching,Riveting Etc.	-	-	0	0	-	-
		TOTAL	21	80	11	1	1	100,00

Sumber: BPS (2021)

2.3 SALURAN DISTRIBUSI



Gambar 5. Saluran Distribusi Alas Kaki di Nigeria

Sumber: Aminat Odupitan, 2017

Distribusi alas kaki di Nigeria mirip dengan distribusi produk lain yaitu dengan penjualan langsung, distribusi via agen dan distributor, dan distribusi via retail. Secara garis besar, industri retail Nigeria masih terfragmentasi dan masih mengedepankan sektor informal dalam hal distribusi produk. Jaringan retail *apparel* besar ada beberapa seperti Shoprite, The Game, SPAR Nigeria, Woolsworth, dll yang menjual berbagai jenis kebutuhan sandang dari baju hingga sepatu. Ada juga *online retailer* seperti Jumia, Konga dan Sabunta. Toko sepatu di Nigeria tersebar di berbagai tempat, namun kebanyakan adalah retailer kecil, dari yang menjual sepatu murah maupun butik sepatu di pusat perbelanjaan.

2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Pasar alas kaki Nigeria saat ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu kelas premium dan kelas menengah ke bawah. Kedua kelas pasar alas kaki masing masing merujuk kepada beberapa negara produsennya yaitu eropa dan China. Market alas kaki Nigeria masih belum mengenal produk alas kaki asal Indonesia. Secara umum produk dari Indonesia dikenal dengan kualitas yang lebih baik dari China.

Faktor-faktor yang menjadi indikasi peluang ekspor produk alas kaki ke Nigeria. Produk alas kaki jenis sepatu pantofel dan aksesoris sepatu dan sandal merupakan produk Footwear yang diminati dan memiliki nilai impor terbesar pada tahun 2015.

Industri alas kaki Nigeria yang belum memiliki teknologi modern yang mampu memproduksi massal dan berkualitas baik, menjadikan negara ini masih sangat bergantung pada importasi produk tersebut.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil produk alas kaki jenis beserta aksesorisnya dengan kualitas ekspor yang baik dan harga yang kompetitif. Jumlah populasi yang besar merupakan kunci utama besarnya potensi pasar Footwear di Nigeria dan Afrika Barat lainnya. Dengan ini, Indonesia mestinya mampu bersaing dan merebut pasar Footwear di Nigeria.

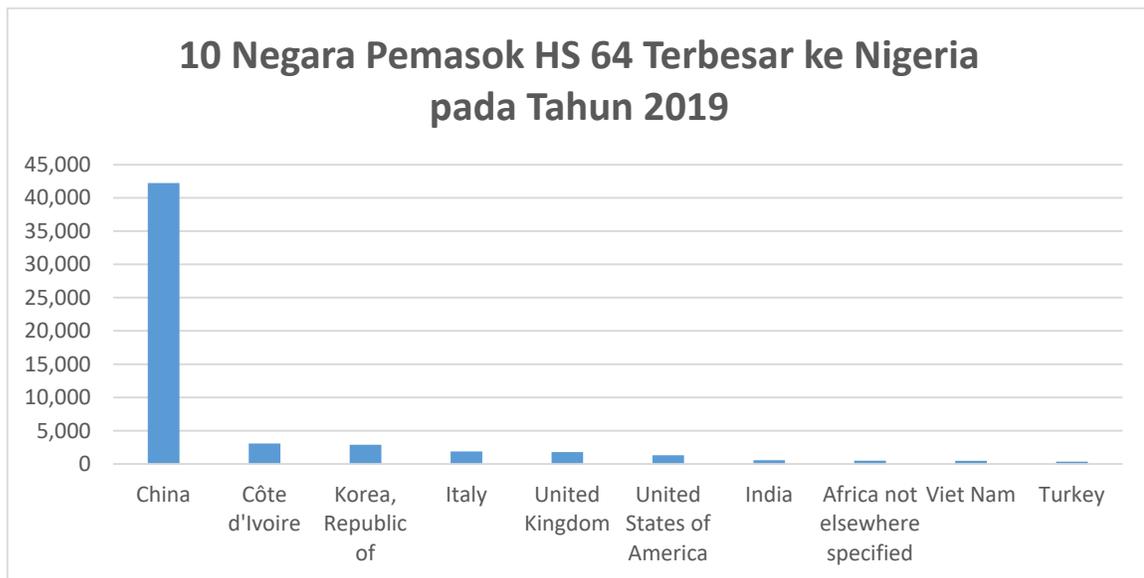
III. PERSYARATAN PRODUK

3.1 KETENTUAN PRODUK

Belum ada ketentuan khusus untuk mengimpor, mendistribusikan produk alas kaki di pasar Nigeria selain harus menyediakan sertifikat standard Nigeria yaitu SON dan juga dokumen impor lainnya seperti BIL dan invoice.

3.2 KOMPETITOR

Persepsi masyarakat Nigeria yang menganggap bahwa produk sepatu dari luar negeri, khususnya Italia, lebih baik kualitasnya dibandingkan produksi dalam negeri tidak serta merta membuat Italia menjadi Negara pemasok terbesar alas kaki ke Nigeria. Mengingat masih banyak masyarakat Nigeria yang berpenghasilan rendah, alas kaki berharga murah lebih mendominasi pasar impor alas kaki di Nigeria. Tiongkok merupakan Negara dengan nilai *supply* terbesar senilai USD 42.2 Juta atau menguasai 73.7% dari keseluruhan nilai impor alas kaki Nigeria.



Gambar 6. 10 Negara Pemasok HS 64 Nigeria Tahun 2019

Sumber: Trademap (2021)

Dilihat dari Impor Alas kaki Nigeria pada tahun 2019, Indonesia berada di posisi ke-56 dari seluruh Negara pemasok alas kaki. Hal ini berarti nilai pasok Indonesia masih lebih kecil diantara beberapa Negara ASEAN lainnya seperti Vietnam (#9), Singapura (#19) dan Malaysia (#20).

Padahal bila dilihat dari nilai ekspor alas kaki (HS 64) Negara tersebut, walaupun jauh lebih kecil dibanding Vietnam (USD 18.9 Milyar), Indonesia dengan nilai USD 4.4 Milyar lebih besar daripada Singapura (457.8 Juta) dan Malaysia (USD 151.6 Juta). Hal ini menandakan bahwa Indonesia perlu melakukan penetrasi yang lebih jauh di pasar alas kaki Nigeria.

Sedangkan Negara pemasok terbesar alas kaki di Nigeria pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

1. Tiongkok

Tiongkok merupakan pemasok utama produk alas kaki ke Nigeria, dengan pangsa 73.7% dari total impor alas kaki Nigeria pada tahun 2019. Posisi pertama ini selalu ditempati oleh Tiongkok sejak tahun 2015. Dominasi ini diperoleh Tiongkok karena harga beli yang lebih murah dibandingkan dengan biaya produksi dalam negeri.

Nilai produk alas kaki yang dipasok Tiongkok ke Nigeria pada tahun 2019 adalah sebesar USD 42.2 Juta. Nilai ini menurun dari tahun 2018 yang memiliki nilai USD 47.4 Juta atau menurun sebesar 11.03%. Tren nilai pasok (2015-2019) Tiongkok menunjukkan nilai negatif sebesar -10.9% dari nilai paling besar pada tahun 2016 sebesar USD 69.6 Juta.

Nilai Ekspor HS 64 Tiongkok ke seluruh dunia sendiri pada tahun 2019 adalah sebesar USD 47.8 Milyar. Artinya, Ekspor ke Nigeria pada tahun 2019 adalah sebesar 0.08% dari keseluruhan ekspor alas kaki Tiongkok.

2. Pantai Gading

Pantai Gading diuntungkan dengan posisi geografis yang strategis di sebelah Barat Nigeria sehingga terjalin hubungan dagang yang kuat. Pantai Gading juga selalu stabil di urutan empat besar pemasok produk alas kaki terbesar ke Nigeria sejak tahun 2015.

Pada tahun 2019 nilai produk alas kaki yang dipasok oleh Pantai Gading adalah sebesar USD 3 Juta atau memiliki porsi sebesar 5.36% dari keseluruhan impor produk alas kaki Nigeria. Nilai ini meningkat dari tahun 2018 yang memiliki nilai sebesar USD 852 Ribu atau meningkat sebesar 260.3%. Tren impor alas kaki dari Pantai Gading pada tahun 2015 hingga 2019 menunjukkan nilai positif sebesar 16.19%.

Nilai Ekspor HS 64 Pantai Gading ke seluruh dunia pada tahun 2019 adalah sebesar USD 49.4 Juta. Ini artinya Nigeria memiliki porsi 1.72% dari seluruh ekspor alas kaki Pantai Gading.

3. Korea Selatan

Korea Selatan merupakan Negara pemasok HS 64 terbesar ketiga di Nigeria pada tahun 2019 dengan nilai USD 2.88 Juta atau memiliki porsi 5.04% dari keseluruhan impor HS 64 Nigeria. Dilihat dari data, Korea Selatan baru saja masuk ke tiga besar pada tahun 2019 setelah sebelumnya konsisten hanya mengeskpor di angka ribuan dollar saja. Korea Selatan juga menggeser Italia yang selalu dominan sejak tahun 2015 di posisi tiga besar pemasok terbesar alas kaki ke Nigeria.

3.3 KETENTUAN PEMASARAN DAN STRATEGI

- Produk alas kaki yang dipasarkan di Nigeria harus dilakukan oleh perusahaan yang terdaftar di Nigeria, dalam hal ini adalah importir dengan materi yang disiapkan oleh manufacturer
- Jika produk tersebut memiliki brand atau merk, harus di daftarkan di kantor Trade Mark Nigeria di bawah Kementerian Perdagangan dan Industri Nigeria (Abuja)
- Produk alas kaki yang dipasarkan di Nigeria harus memiliki standard Nigeria bernama SON (Standard of Nigeria) dengan mendapatkan sertifikat standard yang bernama SONCAP

STRATEGI

Dalam meningkatkan penetrasi pasar ekspor ke Nigeria, beberapa strategi yang direkomendasikan untuk pengembangan ekspor produk *Footwear* Indonesia ke Nigeria, diantaranya adalah:

1. Pemanfaatan perputaran yang cepat dalam memproduksi dan mengirimkan barang *sample*; menanggapi setiap komunikasi, baik email, fax, atau telepon, pada hari yang

sama; pengiriman yang tepat waktu; mengirimkan produk sesuai dengan yang telah disepakati; kontinuitas pasokan; menjaga kualitas yang tinggi dengan harga yang kompetitif; material dan model yang sesuai untuk pengiriman luar negeri; fasilitas penanganan dan penyimpanan produk yang memadai; promosi produk terutama untuk produk baru (dengan juga memperhatikan klien-klien yang ada);

2. Mengikuti pameran-pameran dagang (*Trade Fair/Trade Exhibition*) yang ada di Nigeria seperti sebagai berikut :
 - a. *Lagos International Trade Fair*, diadakan 1 tahun sekali di Lagos dengan produk yang dipamerkan adalah produk umum;
 - b. *Furtext Exhibition*, diadakan 1 tahun sekali di Lagos dengan produk yang dipamerkan adalah Furniture dan Textile;
3. Menggunakan sarana bantuan dan informasi dari perwakilan Indonesia di Nigeria seperti ITPC Lagos dan Fungsi Ekonomi KBRI Abuja untuk mendapatkan informasi tentang daftar importir produk *Footwear* di Nigeria,
4. Menindaklanjuti keinginan calon *buyer/importir* untuk mengadakan hubungan langsung dengan perusahaan-perusahaan di Indonesia,

3.4 INFO STRUKTUR HARGA

Untuk jenis produk alas kaki yang dipasarkan di Nigeria memiliki struktur harga secara umum dilihat dari struktur margin, sbb:

Margin Importer : 15-30%

Margin Wholesaler : 20-30%

Margin Retailer : 50 – 100%

3.5. METODE TRANSAKSI/PEMBAYARAN

Produk alas kaki masih belum banyak diproduksi lokal di Nigeria sedangkan angka permintaan terus bertambah, sehingga produk ini masih mendapatkan suport dari pemerintah Nigeria (CBN) untuk metode pembayarannya. Metode pembayaran untuk importasi produk ini dapat dilakukan

dengan LC dan TT dan mendapatkan forex dari CBN dengan membuat aplikasi FORM M di bank importer dengan melampirkan invoice, dokumen perusahaan importir dan sertifikat produk yang dibutuhkan (SONCAP dan NAFDAC jika itu untuk dikonsumsi)

IV KESIMPULAN

Pasar alas kaki di Nigeria mencatatkan pertumbuhan dua digit dalam mata uang lokal dan akan mengalami pertumbuhan laju pertumbuhan tahunan (CAGR) pada 2017-2022 sebesar 9,0% yaitu mencapai 184,4 juta US\$ pada tahun 2022. Sebagian besar alas kaki yang berada di Nigeria merupakan impor dari Negara lain seperti China, India dan Amerika Serikat.

Dalam meningkatkan ekspor ke Nigeria, beberapa strategi yang dilakukan untuk pengembangan ekspor alas kaki , antara lain:

- Menghubungi perwakilan perdagangan RI yang ada di Nigeria (ITPC Lagos) untuk konsultasi dalam pemilihan distributor dan cara pemasaran di Nigeria.
- Diperlukan sampel dan brosur-brosur yang senantiasa siap untuk ditampilkan pada kegiatan-kegiatan eksibisi dan pertemuan-pertemuan bisnis
- Mendorong pelaku industri alas kaki agar mampu bersinergi dan terintegrasi melalui kerjasama antar *stakeholders* sehingga produksi alas kakidalam negeri bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri dan mampu bersaing di pasar internasional.
- Keikutsertaan dalam pameran dagang internasional yang diselenggarakan baik Nigeria dan atau di negara-negara sekitarnya, maupun pameran yang di selenggarakan di Indonesia dengan mengundang buyer dari Nigeria.

DAFTAR PUSTAKA

- Business Day NG. (2020). Shoe industry can generate N640bn annually. <https://businessday.ng/uncategorized/article/shoe-industry-can-generate-n640bn-annually-alain/>
- CIA. (2020). Central Intelligence Agency. Retrieved from The World Fact Book: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ni.html>
- IMF. (2020). International Monetary Fund. Retrieved from IMF World Economic Outlook Database: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/02/weodata/weoselco.aspx?g=2001&sg=All+countries>
- Okpara & Anyanwu. (2011). Grappling with the Enduring Challenges of Consumption Complex Syndrome in Nigeria (A Survey of the Footwear Industry). <https://pdfs.semanticscholar.org/aead/a03caf62a9228ce540ec1d7be70e9f33294c.pdf>
- Open Skies Magazine. (2020). The evolution of Nigerian fashion <https://openskiemagazine.com/the-evolution-of-nigerian-fashion/>
- Reuters (2020). Nigerian shoemakers tap national pride, nostalgia to spur local industry <https://www.reuters.com/article/us-nigeria-manufacturing-shoes-idUSKBN20S156>
- Ripples Nigeria. (2018). NIGERIA'S LOCAL SHOE INDUSTRY: A goldmine waiting to be exploited <https://www.ripplesnigeria.com/nigerias-local-shoe-industry-a-goldmine-waiting-to-be-exploited/>
- Ships & Ports. (2014). Nigeria imports 20m pairs of shoes annually. <https://shipsandports.com.ng/nigeria-imports-20m-pairs-of-shoes-annually-report/>
- Stears Business. (2020). Growing Nigeria's Leather Industry <https://www.stearsng.com/article/growing-nigerias-leather-industry>
- Stears Business. (2019). The state of Nigeria's Fashion Industry. <https://www.stearsng.com/article/the-state-of-nigerias-fashion-industry>
- The Nation Nigeria. (2020). Promoting made-in-Nigeria footwear <https://thenationonlineng.net/promoting-made-in-nigeria-footwear/>
- Trademap. (2020). Trademap. Retrieved from: <https://trademap.org/Index.aspx>.

LAMPIRAN

SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

Menyajikan informasi yang bermanfaat dari berbagai sumber yang dapat diakses secara bebas oleh pelaku usaha.

KEDUTAAN NIGERIA di JAKARTA

Jl. Denpasar Raya Blok A.13 No. 5 Kuningan Timur, Jakarta-indonesia

Tel: +62 21 5260922

Fax: +62 21 5260924

Email: nigembjkt@yahoo.co.id

INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTRE (ITPC) LAGOS

No. 5 Anifowoshe Street, Off Adeola Odeku Rd, Victoria Island-Lagos, Nigeria

Tel: +234 1 4619862

Fax: +234 1 4619864

Email: itpc-nga@kemendag.go.id

NAFDAC (National Agency for Food and Drug Administration and Control)

Registration & Regulatory Affairs Directorate Federal Secretariat Complex

Phase II, 2nd & 5th Floor, Ikoyi Lagos.

Fax: +234 1 2695006

Tel: +234 1 2695468

Email: nafdac@nafdac.gov.ng

MARKET SURVEY

PRODUCT : Shoe

Picture	
Brand	Local 1
Product Detail	Full leather ankle shoe
Manufacturer Details	Made in China
Distributor Details	Name: Excellency Shoes Address: Madillas market, Idumota Phone Number: +234 706 600 9667
Price	N35,000 (US\$94.60)
Remarks	It's a imitation shoe with medium quality leather from China.

Picture	
Brand	Local 2
Product Detail	Half leather shoes
Manufacturer Details	Made in China
Distributor Details	Name: Excellency Shoes Address: Madillas market, Idumota Phone Number: +234 706 600 9667
Price	N25,000 (US \$67.57)
Remarks	The product is a imitation shoe with medium quality from china. And it's fast selling in Nigeria

Picture	
Brand	Local 3
Product Detail	Full leather shoe
Manufacturer Details	Made in China
Distributor Details	Name: Excellency Shoes Address: Madillas market, Idumota Phone Number: +234 706 600 9667
Price	N30,000 (US \$81.08)
Remarks	The product is a imitation shoe with medium quality from china.

Picture	
Brand	Local 4
Product Detail	Half leather shoes
Manufacturer Details	Made in China
Distributor Details	Name: Excellency Shoes Address: Madillas market, Idumota Phone Number: +234 706 600 9667
Price	N25,000 (US \$67.57)
Remarks	The product is a imitation shoe with medium quality from china. And it's fast selling in Nigeria