

Paspor produk digital sudah memberikan manfaat sejak saat ini

Mengapa merek fesyen sebaiknya tidak menunggu hingga tahun 2029 untuk mencatat dan mempublikasikan paspor produk, serta berapa nilainya dalam euro.

- **Topik:** Efisiensi biaya dan manfaat pemasaran dari paspor produk digital sebelum diberlakukannya kewajiban UE
- **Ditujukan untuk:** Pimpinan perusahaan, Pemasaran, Manajemen Produk, Pembelian, Keberlanjutan, dan TI di perusahaan pakaian dan tekstil
- **Isi:** Perhitungan model dengan asumsi yang diungkapkan, peta data, model fase, rencana 90 hari
- **Tanggal:** September 2026
- **Kalkulator Excel:** Tersedia untuk memasukkan data sendiri dan membuat perhitungan khusus
- **Catatan:** Contoh perhitungan hanya untuk panduan. Bukan merupakan nasihat hukum, perpajakan, atau investasi.

Indikator	Nilai
Biaya penandaan per unit saat ini	0,50 €
Biaya penandaan per unit dengan sertifikat produk digital	0,20 €
Penghematan per tahun	110.790 €

Model perhitungan untuk sebuah merek dengan volume penjualan tahunan sebesar 250.000 unit. Semua asumsi diuraikan dalam Bab 3 dan Lampiran, serta dapat diganti dengan angka-angka Anda sendiri.

Günter Reichelt, insinyur tekstil, pengusaha yang penuh semangat, Ketua Dewan Pengawas Transpareo. Agustus/September 2026.

Contents

Mengapa Anda sebaiknya tidak menunda-nunda	4
Apa yang ingin saya tunjukkan kepada Anda dalam makalah ini	4
Tagihan satu halaman	5
Hal yang paling meyakinkan saya adalah	6
1) Situasi awal: Kewajiban tersebut diperkirakan akan berlaku pada tahun 2029, sedangkan manfaatnya dapat dirasakan segera	6
1.1) Jadwal, sebagaimana disebut oleh Komisi sendiri	7
1.2) Peluang data di balik kewajiban	7
1.3) Berapa biaya yang harus dikeluarkan jika hanya menunggu	8
2) Data apa saja yang sudah Anda miliki saat ini	8
2.1) Identifikasi Produk dan Ciri-ciri Utama	9
2.2) Bahan, benang, dan kualitas	9
2.3) Perawatan, Pemakaian, Perbaikan	10
2.4) Asal, Produksi, dan Rantai Pasokan	11
2.5) Sertifikat, Kesesuaian, Keberlanjutan	11
2.6) Informasi komersial, aspek yang sering diremehkan	12
3) Manfaat ekonomi dari peralihan ini	13
3.1) Perusahaan model	13
3.2) Penandaan fisik saat ini	13
3.3) Penandaan fisik dengan kartu identifikasi produk	14
3.4) Tiga skenario	15
3.5) Apa yang akan terjadi dengan penandaan produk tekstil	15
3.6) Biaya proses dan biaya tidak langsung	16
3.7) Pengembalian barang, faktor pendorong tunggal terbesar	17
3.8) Laporan keuangan keseluruhan, termasuk biaya platform	17
3.9) Jika Anda mengikuti lebih dari dua koleksi dalam setahun	19
4) Peran Kartu Produk dalam Pemasaran	19
4.1) Satu-satunya titik kontak dengan jangkauan penuh	19
4.2) Kombinasi dan Penjualan Silang	20
4.3) Acara, Komunitas, Pengalaman Merek	21
4.4) Alat Penghasil Prospek	21
4.5) Perlindungan Merek dan Palsu	22
4.6) Pasar sekunder dan pemeliharaan nilai	23
4.7) Multibahasa dan Aksesibilitas	24
5) Manfaat yang diperoleh organisasi Anda dari hal ini	24
5.1) Mulailah saja, dengan apa yang ada di sekitar kita	24
5.2) Impor data dan integrasi, serta mengapa arahnya penting	25
5.3) Kumpulan data sebagai nilai tersendiri	26
5.4) Indikator kunci yang sebaiknya Anda ukur sejak hari pertama	27
6) Dari Sertifikat Produk ke Daftar Uni Eropa: sekadar formalitas	27

6.1) Apa yang sebenarnya dilakukan oleh register	27
6.2) Empat keberatan yang paling sering saya dengar	28
6.3) Risiko, disebutkan secara terbuka	29
6.4) Memilih Penyedia Layanan	29
7) 90 hari pertama	30
7.1) Tiga hal yang ingin saya sampaikan kepada Anda	31
Lampiran: Ringkasan semua asumsi	31
Tentang Penulis	33
Tentang Transpareo	33

Mengapa Anda sebaiknya tidak menunda-nunda

Saya telah membangun perusahaan selama lebih dari lima puluh tujuh tahun, sebagian di antaranya di industri tekstil dan mode. Sebagai seorang insinyur tekstil – meskipun itu sudah lama sekali – dan dengan pengalaman kewirausahaan yang beragam, saya tahu betapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk menentukan spesifikasi bahan dan menyusun label perawatan. Oleh karena itu, saya menulis makalah ini sebagai seorang pengusaha yang bersemangat dan sebagai seseorang yang memahami dampak apa yang ditimbulkan oleh pita satin dengan label perawatan empat lapis dalam perhitungan biaya.

Situasi awalnya sudah diketahui. Dalam presentasi DG GROW pada tanggal 27 Mei 2026, Komisi Eropa telah mengumumkan bahwa peraturan delegasi untuk tekstil akan diberlakukan pada kuartal ketiga atau keempat tahun 2027, serta penerapan wajib paspor produk pada tahun 2029. Saya sudah mengetahui reaksi-reaksi yang biasa muncul dari banyak diskusi: menunggu, mengamati, dan memasukkannya kembali ke dalam agenda dua tahun lagi.

Menurut saya, itu adalah sebuah kesalahan, dan bukan kesalahan kecil.

Manfaat dan efisiensi ekonomi dari paspor produk tidak bergantung pada kewajiban. Hal tersebut bergantung pada fakta bahwa Anda memiliki data produk yang saat ini dicetak dengan biaya mahal pada bahan tekstil, diterjemahkan dengan proses yang rumit, dibuang sebagai sisa stok, dan tidak dibaca oleh siapa pun karena hurufnya terlalu kecil. Biaya-biaya ini terus bertambah setiap hari selama Anda menunda. Belum lagi manfaat-manfaat yang relevan bagi pemasaran.

Apa yang ingin saya tunjukkan kepada Anda dalam makalah ini

Pertama: Data tersebut sudah lama tersedia. Komposisi bahan, ketebalan benang, jenis kain, petunjuk perawatan, lokasi produksi, ukuran, warna, serta rekomendasi paduan sudah ada di PIM Anda, di ERP, di tech packs, dan di folder sertifikat. Berdasarkan pengalaman saya, sekitar tiga perempat dari paspor produk mode yang benar-benar berguna sudah dapat diisi dengan data yang ada. Anda tidak perlu menciptakan sesuatu dari nol. Anda hanya perlu menggabungkannya di satu tempat terpusat.

Kedua: Hal ini benar-benar menghabiskan uang Anda saat ini. Dalam perhitungan model pada Bab 3, saya menghitung biaya sebesar 0,50 € per potong pakaian hanya untuk label, hangtag, selebaran, dan pemasangannya. Dari jumlah tersebut, penghematan yang realistis adalah 0,30 €, sehingga dengan 250.000 potong per tahun, totalnya menjadi 75.000 € setiap tahun. Jika ditambah dengan biaya terjemahan, pembuangan sisa stok label, penggantian label, dan pengurangan pengembalian barang yang diperkirakan dengan sangat hati-hati, angka yang tercatat di atas kertas adalah 110.790 € per tahun. Ini setara dengan 0,44 € per potong yang terjual. Ini hanyalah perhitungan model. Anda memiliki angka-angka yang sebenarnya, dan angkanya akan kurang lebih sama dengan ini.

Ketiga, dan ini yang paling penting bagi saya: Kode QR pada pakaian adalah satu-satunya saluran yang benar-benar menjangkau setiap pelanggan Anda. Bukan hanya pelanggan buletin, bukan hanya pembeli daring, tetapi juga wanita yang membeli gaun Anda di toko multilabel di Antwerpen dan yang hingga kini belum Anda ketahui keberadaannya. Dalam perhitungan contoh saya, jumlahnya mencapai 150.000 potong per tahun, yang sejauh ini menghilang tanpa jejak di pasar. Untuk merek-merek besar, jumlahnya mencapai jutaan.

Keempat: Pengunggahan ke dalam Daftar UE pada waktunya akan menjadi sekadar formalitas.

Pendaftaran tersebut telah beroperasi sejak 20 Juli 2026, dan menyimpan kode identifikasi serta metadata; namun, pendaftaran tersebut tidak menyimpan paspor produk itu sendiri, yang sering disalahpahami. Data sebenarnya tetap berada di tangan pelaku usaha atau penyedia layanannya. Transpareo sepenuhnya memenuhi standar yang diselaraskan sebagaimana disebutkan dalam Keputusan Pelaksanaan (UE) 2026/1736 yang diterbitkan di Jurnal Resmi pada tanggal 15 Juli 2026. Ketika kewajiban tersebut berlaku, Anda dapat menyelesaikannya dalam hitungan menit. Transpareo akan melakukannya secara otomatis atas nama Anda.

Tagihan satu halaman

Perusahaan contoh: Merek pakaian, penjualan tahunan 250.000 unit, sekitar 1.200 kombinasi warna produk, distribusi di sembilan wilayah bahasa Uni Eropa, 40 persen penjualan langsung secara daring. Semua asumsi telah diungkapkan dan dapat diganti dengan angka-angka Anda sendiri.

Blok Manfaat	Efek per tahun	Jenis
Label, hangtag, selebaran, pengemasan	75.000 €	Penghematan biaya
Penerjemahan, penggantian label, pembuangan, layanan	24.790 €	Penghematan biaya
Pengembalian barang, dihitung hanya satu persentase	11.000 €	Penghematan biaya
Subtotal penghematan biaya	110.790 €	0,44 € per unit
Biaya Tahun 1 (platform, pengumpulan data, integrasi QR)	-25.000 hingga -40.000 €	Investasi
Efek bersih sudah terlihat pada tahun pertama	+71.000 hingga +86.000 €	
Kontribusi laba dari penjualan silang melalui kartu produk	26.325 €	Pendapatan tambahan
7.500 prospek, 4.500 di antaranya adalah pelanggan toko fisik yang sebelumnya tidak teridentifikasi	45.000 €	Setara media

Penjelasannya terdapat pada Bab 3 dan 4. Ekuivalen media berarti: biaya yang seharusnya Anda keluarkan untuk mendapatkan jumlah prospek berkualitas yang sama melalui saluran berbayar. Ini bukanlah arus kas masuk, sehingga dilaporkan secara terpisah.

Hal yang paling meyakinkan saya adalah

Sejujurnya, bukan karena penghematan biaya label. Itu memang bagus, tapi hanya untuk membiayai proyek ini. Yang meyakinkan saya justru hal lain.

Produk adalah jantung dari setiap perusahaan. Namun demikian, data mengenai produk-produk tersebut tersebar di hampir setiap perusahaan yang saya kenal: sebagian ada di sistem ERP, sebagian lagi dalam daftar Excel milik masing-masing karyawan, sebagian dalam berkas PDF dari pemasok, dan sebagian lagi hanya ada di benak dua orang yang suatu saat nanti akan pensiun. Kewajiban untuk memiliki “kartu identitas produk” memaksa Anda untuk menggabungkan semua data tersebut. Inilah kesempatan yang telah ditunggu-tunggu oleh banyak perusahaan selama bertahun-tahun, namun tak pernah terwujud.

Dan begitu data-data ini terstruktur dan tersimpan di satu tempat, akan terbuka peluang yang sebelumnya sama sekali tidak mungkin: Anda dapat menggunakannya kembali kapan saja, baik secara keseluruhan maupun sebagian, untuk melatih model AI Anda sendiri, untuk aplikasi berbasis agen, untuk perencanaan pembelian dan produksi, serta untuk penelitian dan pengembangan. Tanpa perlu mempublikasikan satu pun token akses pun. Lebih lanjut mengenai hal ini dapat dibaca pada Bagian 5.3.

Saran saya, dalam satu kalimat: Mulailah dengan data yang sudah Anda miliki dan dapat diakses tanpa perlu meminta konfirmasi. Gunakan data tersebut untuk menerbitkan katalog pertama. Perluas basis data Anda dari satu koleksi ke koleksi lainnya. Dengan demikian, Anda akan memiliki waktu dua hingga tiga tahun sebelum kewajiban tersebut berlaku, dan selama periode tersebut, peralihan ini sudah berkali-kali kali terbayar dengan sendirinya.

1) Situasi awal: Kewajiban tersebut diperkirakan akan berlaku pada tahun 2029, sedangkan manfaatnya dapat dirasakan segera

Peraturan Desain Ramah Lingkungan (UE) 2024/1781 telah berlaku sejak Juli 2024. Tahun 2026 merupakan tahun dimulainya penerapan infrastruktur tersebut: Pada bulan Mei, delapan standar CEN/CENELEC diterbitkan; pada tanggal 15 Juli, enam di antaranya disebutkan sebagai standar yang telah diharmonisasi dalam Jurnal Resmi melalui Keputusan Pelaksanaan (UE) 2026/1736, sedangkan isi dari dua standar yang belum disebutkan tersebut telah diketahui. Pada tanggal 20 Juli, Pendaftaran UE untuk Paspor Produk mulai beroperasi. Yang masih belum ada adalah tindakan hukum delegasi yang spesifik untuk masing-masing kelompok produk.

1.1) Jadwal, sebagaimana disebut oleh Komisi sendiri

Tanggal	Peristiwa	Apa artinya bagi Anda
sejak Juli 2026	Standar yang diselaraskan telah dirujuk, Pendaftaran UE telah beroperasi	Arsitektur teknisnya sudah siap. Siapa pun yang mulai sekarang akan membangun di atas fondasi yang kokoh.
Februari 2027	Kewajiban pertama untuk kelompok baterai tertentu berdasarkan Peraturan (UE) 2023/1542	Preseden pertama. Mulai saat ini, paspor produk menjadi kenyataan di pasar.
Kuartal 3/Kuartal 4 2027	Teks Peraturan Delegasi untuk Tekstil diharapkan (DG GROW, 27 Mei 2026)	Baru setelah itu Anda akan mengetahui daftar kolom wajib yang definitif. Isi dasarnya sudah ditetapkan.
diperkirakan tahun 2029	Penerapan wajib untuk tekstil dan pakaian	Mulai saat ini, paspor produk menjadi syarat masuk pasar. Tanpa pas, tidak ada penjualan di UE.
saat ini hingga saat itu	Waktu dua hingga tiga tahun	Ini adalah jendela peluang Anda. Jendela ini akan tertutup, dan itu berlaku untuk semua pihak secara bersamaan.

1.2) Peluang data di balik kewajiban

Di sini, saya ingin menyampaikan sebuah pemikiran yang hampir sama sekali terlewatkan dalam diskusi ini.

Kewajiban untuk memiliki paspor produk sering dibahas sebagai beban regulasi. Cobalah lihat dari sudut pandang yang berbeda. Tidak ada satu pun perusahaan yang pernah saya lihat selama lima dekade ini yang secara sukarela meluncurkan inisiatif bertajuk *"Kami mengumpulkan semua data tentang produk kami di satu tempat"*. Selain itu, persyaratan tersebut terus berkembang seiring berjalannya waktu. Selalu ada hal yang lebih mendesak. Data pun tetap tersebar: spesifikasi bahan di bagian pembelian, petunjuk perawatan di manajemen kualitas, sertifikat di folder kepatuhan, tabel ukuran di techpack, rekomendasi kombinasi di bagian pemasaran, serta alamat pemasok di bagian akuntansi.

Produk adalah jantung dari setiap perusahaan. Namun demikian, data produk merupakan aset yang paling tidak terorganisir dengan baik yang dimiliki oleh sebagian besar perusahaan, karena tersebar di berbagai lokasi. "Paspor Produk" adalah inisiatif eksternal pertama dalam waktu yang lama yang cukup kuat untuk mengubah hal tersebut, sekaligus memberikan penghargaan atas kerja keras yang dilakukan, karena hasilnya dapat langsung memberikan manfaat ekonomi dan pemasaran.

Dari data produk yang terstruktur dan terpusat, dapat disimpulkan analisis dan langkah-langkah yang sebelumnya sama sekali tidak terbayangkan, karena tidak ada yang bisa melihat data tersebut secara menyeluruh sekaligus. Kualitas benang mana yang menghasilkan keluhan paling sedikit selama tiga musim? Pabrik pewarnaan mana yang menghasilkan nilai warna paling stabil? Kombinasi bahan mana yang berkorelasi dengan tingkat pengembalian barang tertentu? Pertanyaan-pertanyaan semacam ini tidak dapat dijawab hanya dengan lima file Excel dari empat departemen.

1.3) Berapa biaya yang harus dikeluarkan jika hanya menunggu

Aspek	Dimulai hari ini	Dimulai baru pada 2028/2029
Pengumpulan data	Secara bertahap sesuai siklus pengumpulan, dari operasi yang sedang berjalan	Proyek di bawah tekanan tenggat waktu; dukungan eksternal akan langka dan mahal pada tahun 2028, karena semua pihak akan memulai secara bersamaan
Pemasok	Penyediaan data akan dinegosiasikan ke dalam kontrak kerangka kerja selama beberapa musim pemesanan	Negosiasi ulang dengan semua pemasok secara bersamaan, tanpa waktu dan tanpa daya tawar
Biaya label	akan turun mulai koleksi berikutnya	tetap berjalan seperti biasa, dalam skenario model sekitar 225.000 € selama tiga tahun
Pemasaran	mulai berdampak sejak koleksi pertama dirilis	tidak berlaku sama sekali hingga menjadi wajib
Integrasi QR	dilakukan bersamaan dengan penggantian label yang memang sudah waktunya, biaya marjinal mendekati nol	peralihan terpisah, jika perlu penggantian label barang stok
Persaingan	Keunggulan dalam hal konten, data pelanggan, dan kualitas data	Imbang. Kewajiban yang dipenuhi oleh semua pihak tidak lagi menjadi argumen

Poin terakhir ini penting bagi saya. Sejak saat sertifikat produk menjadi wajib, setiap orang akan memilikinya. Maka, sertifikat tersebut akan menjadi faktor standar yang dimiliki semua orang. Keunggulan ini hanya ada selama jendela waktu yang saat ini masih terbuka.

2) Data apa saja yang sudah Anda miliki saat ini

Sebelum mempertimbangkan sistem apa pun, sebaiknya Anda melakukan inventarisasi terlebih dahulu. Gambaran umum berikut ini menunjukkan apa saja yang biasanya sudah ada di perusahaan pakaian, yang umumnya tersebar di berbagai sistem seperti PIM, ERP, techpack, laporan laboratorium, folder

sertifikat, spesifikasi pemasok, dan toko online. Sebagian besar dari data tersebut saat ini masih harus diserahkan dalam bentuk cetak kepada bagian produk.

Saya menyarankan agar tabel-tabel ini digunakan sebagai templat kerja dan dicantumkan di kolom ketiga siapa yang bertanggung jawab mengelola kolom tersebut. Pertanyaan ini pada akhirnya lebih sulit dijawab daripada pertanyaan di mana letak kolom tersebut.

2.1) Identifikasi Produk dan Ciri-ciri Utama

Bidang Data	Sumber Umum	Ada di Produk Hari Ini?
Nomor artikel dan model, kode warna, SKU	ERP / PIM	Label gantung, label
GTIN / EAN, nomor seri atau nomor batch	ERP / Data Master	Kode batang label gantung
Koleksi, Musim, Jendela Pengiriman	Perencanaan Koleksi	tidak
Nama Produk, Deskripsi Singkat	PIM / Toko Online	sebagian
Ukuran dan sistem ukuran (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Tabel Ukuran	Label ukuran
Warna, nama warna, nomor warna, batch pewarnaan	ERP / Spesifikasi pemasok	Label
Potongan dan Gaya (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / Toko Online	tidak
Tabel Ukuran per Ukuran (Dada, Pinggang, Panjang, Lengan)	Techpack / Protokol Sampel	tidak
Ukuran model ("Model tinggi 1,78 m dan mengenakan ukuran M")	Protokol Pemotretan	tidak
Berat produk	Data dasar pengiriman	tidak

2.2) Bahan, benang, dan kualitas

Kolom data	Sumber umum	Ada pada produk saat ini?
Komposisi serat dalam persentase per komponen	Spesifikasi pemasok / Laboratorium	Label wajib
Ketebalan benang (Nm, Ne, dtex), pemintalan, jenis benang	Techpack / Pabrik tenun	tidak
Jenis kain atau rajutan (Jersey, Twill, Interlock, Popeline)	Techpack	tidak

Kolom data	Sumber umum	Ada pada produk saat ini?
Berat jenis dalam g/m ² , kepadatan benang	Lembar data bahan	tidak
Perawatan (mercerisasi, sanforisasi, anti air)	Spesifikasi pemasok	sebagian pada label gantung
Lapisan dalam, lapisan penyangga, bahan pengisi, bahan isian	Daftar komponen	Label
Komponen: Kancing, ritsleting, tali, aplikasi	Daftar Komponen	tidak
Persentase bahan daur ulang, persentase serat berbasis bio	Pernyataan Pemasok	sebagian pada label gantung
Asal serat (misalnya asal kapas)	Dokumentasi rantai pasokan	jarang
Kelas pewarna dan bahan kimia, kesesuaian dengan RSL	Laporan pengujian / laboratorium	tidak
Nilai penyusutan, ketahanan terhadap gesekan, tingkat pilling, ketahanan terhadap cahaya	Laporan pengujian	tidak

2.3) Perawatan, Pemakaian, Perbaikan

Kolom data	Sumber umum	Ada pada produk saat ini?
Simbol perawatan sesuai GINETEX / ISO 3758	Label perawatan	Label wajib
Petunjuk perawatan dalam teks jelas, multibahasa	Manajemen kualitas	Label / selebaran
Rincian rekomendasi pencucian (deterjen, beban, jaring)	Manajemen Kualitas	jarang
Petunjuk pengeringan, penyetrikaan, dan pembersihan	Label perawatan	Label
Petunjuk mengenai luntarnya warna, pilling, dan penyusutan	Laporan pengujian	sebagian
Rekomendasi pemakaian, acara, dan kesesuaian musim	Pemasaran / Toko Online	tidak
Petunjuk cara mengenakan dan mengikat (gaun wrap, dasi, syal)	Pemasaran / Video	tidak
Petunjuk perbaikan, petunjuk menambal dan menjahit	Manajemen Kualitas	tidak

Kolom data	Sumber umum	Ada pada produk saat ini?
Suku cadang: kancing cadangan, benang cadangan, penarik ritsleting	Daftar Komponen / Layanan	disertakan
Ketentuan garansi dan pengaduan	Bagian Hukum / Ketentuan Umum	jarang

2.4) Asal, Produksi, dan Rantai Pasokan

Kolom data	Sumber umum	Ada pada produk saat ini?
Negara asal produksi ("Made in ...")	Bukti asal / Bea cukai	Informasi wajib
Pabrik garmen, alamat pabrik (Tier 1)	Pembelian / Laporan audit	tidak
Pabrik tenun, rajut, pewarnaan, dan penyelesaian (Tier 2/3)	Pemetaan pemasok	tidak
Audit sosial dan lingkungan pabrik produksi	Kepatuhan / amfori BSCI, SA8000	tidak
Identitas produsen dan alamat kontak di UE (GPSR)	Bagian Hukum	Informasi wajib
Importir dan distributor	Bea Cukai / Data Master	sebagian
Tanggal produksi dan nomor batch	ERP / Data Pesanan	jarang

2.5) Sertifikat, Kesesuaian, Keberlanjutan

Bidang Data	Sumber Umum	Ada di Produk Saat Ini?
OEKO-TEX STANDARD 100, nomor sertifikat, dan masa berlaku	Folder sertifikat	Label gantung
GOTS, OCS, GRS, RCS beserta sertifikat transaksi	Folder sertifikat	Label gantung
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Folder sertifikat	Label gantung
Pernyataan kepatuhan REACH dan POP	Kepatuhan	tidak
Standar keamanan (misalnya EN 14682 tali pada pakaian anak-anak)	Manajemen kualitas	tidak

Bidang Data	Sumber Umum	Ada di Produk Saat Ini?
Peringatan (mudah terbakar, komponen kecil, alergen)	Manajemen kualitas	Label
Indikator CO ₂ e, air, atau energi, jika tersedia	Laporan Keberlanjutan / LCA	tidak
Petunjuk pengembalian, daur ulang, dan pembuangan	Keberlanjutan / Pengembalian	jarang
Program barang bekas dan penjualan kembali merek	Pemasaran	tidak

2.6) Informasi komersial, aspek yang sering diremehkan

Kategori ini sama sekali tidak relevan dari segi regulasi. Namun, dari segi ekonomi, kategori ini adalah yang paling berharga. Kategori ini sudah ada secara lengkap di perusahaan Anda, baik di toko online, lookbook, maupun kalender pemasaran, namun sejauh ini sama sekali belum dimanfaatkan pada produk fisik karena tidak ada ruang yang cukup untuk itu di label gantung.

Informasi	Tersedia dalam bentuk
Rekomendasi paduan: atasan, celana, sepatu, dan aksesoris yang cocok	Lookbook, Panduan Gaya, Logika Rekomendasi Toko
Pakaian lengkap dari pemotretan kampanye	Catatan pemotretan, aset kampanye
Video produk, tampilan 360 derajat, foto detail	Basis data media
Sejarah merek, pernyataan desainer, tema koleksi	Briefing koleksi, materi humas
Pilihan warna dan ukuran lain yang tersedia untuk model yang sama	PIM / Toko
Tautan pemesanan ulang dan pembelian ulang, daftar keinginan	Sistem toko
Pencari toko, jam buka, jadwal konsultasi gaya	Data dasar ritel
Acara: Acara Toko, Penjualan Sampel, Repair Café, Pertunjukan	Kalender Pemasaran
Program Loyalitas, Buletin, Akses Komunitas	CRM
Ulasan Pelanggan dan Konten yang Dibuat Pengguna	Toko / Media Sosial

Jika Anda bertanya-tanya harus mulai dari mana: mulailah dengan tabel ini. Ini adalah satu-satunya tabel yang tidak mengharuskan Anda menghubungi satu pun pemasok.

3) Manfaat ekonomi dari peralihan ini

Sekarang mari kita bahas pertanyaan intinya: Berapa banyak yang bisa dihemat jika media informasi konvensional dihilangkan dan pada dasarnya hanya tersisa kode QR pada pakaian? Saya sengaja menyusun perhitungan ini secara konservatif dan sepenuhnya transparan, agar Anda dapat menggunakan kondisi pembelian Anda sendiri. Setiap angka dalam tabel berikut ini merupakan asumsi yang diungkapkan secara terbuka atau diperoleh dari baris-baris sebelumnya.

3.1) Perusahaan model

Parameter	Asumsi
Penjualan tahunan	250.000 potong pakaian
Ragam produk	sekitar 350 model, sekitar 1.200 kombinasi warna produk
Koleksi	2 koleksi utama ditambah 2 koleksi tambahan per tahun
Pasar penjualan	DACH ditambah enam negara Uni Eropa lainnya, sembilan bahasa pada label perawatan
Distribusi	60% melalui toko fisik (ritel dan grosir milik sendiri), 40% D2C daring
Pesanan daring	sekitar 100.000 item pesanan per tahun
Keranjang belanja	65 € bersih, rasio kontribusi laba 45%

Jika perusahaan Anda beroperasi dengan enam, delapan, atau dua belas peluncuran produk dalam setahun – dan banyak merek kini melakukannya – maka semua angka berikut akan meningkat secara signifikan, karena jumlah cetakan label menjadi lebih sedikit, tingkat pembuangan menjadi lebih tinggi, dan siklus penerjemahan menjadi lebih sering. Dalam hal ini, perhitungan model tersebut merupakan skenario terburuk. Lihat Bagian 3.9.

3.2) Penandaan fisik saat ini

Biaya yang tercakup meliputi bahan, pencetakan, proses penyempurnaan, dan proporsi waktu kerja untuk pemasangan. Nilai-nilai tersebut sesuai dengan ketentuan umum di segmen harga menengah untuk jumlah cetakan sedang.

Posisi	per buah	untuk 250.000 buah
Label merek dan label leher, tenunan	0,045 €	11.250 €
Label ukuran	0,010 €	2.500 €
Label perawatan dan komposisi, sembilan bahasa, berlapis	0,065 €	16.250 €

Posisi	per buah	untuk 250.000 buah
Label tambahan asal, sertifikat, peringatan	0,020 €	5.000 €
Label gantung utama, dua sisi, dengan sentuhan akhir	0,110 €	27.500 €
Label gantung kedua: Cerita keberlanjutan dan merek	0,060 €	15.000 €
Tali, segel, benang pengaman	0,030 €	7.500 €
Selebaran dan buklet perawatan dan perbaikan	0,070 €	17.500 €
Perakitan dan pemasangan (waktu kerja proporsional)	0,090 €	22.500 €
Total hari ini	0,500 €	125.000 €

3.3) Penandaan fisik dengan kartu identifikasi produk

Tidak semuanya dihapus, dan saya juga tidak mengatakan demikian. Label merek yang ditunen tetap ada, karena itu merupakan bagian dari strategi merek, bukan sarana informasi. Label ukuran juga tetap ada, karena jika tidak, tidak ada yang bisa menyortir barang di toko. Label perawatan dan komposisi juga tetap ada, tetapi akan disederhanakan secara signifikan: simbol, keterangan singkat, dan kode QR dalam satu lapisan, bukan sembilan versi bahasa dengan huruf berukuran 4 poin dalam empat lapisan.

Posisi	per buah	untuk 250.000 buah
Label merek dan label leher, tenunan (tidak berubah)	0,045 €	11.250 €
Label ukuran (tidak berubah)	0,010 €	2.500 €
Label perawatan yang disederhanakan: simbol, keterangan singkat, satu lapis	0,035 €	8.750 €
Kode QR, terintegrasi dalam cetakan label yang ada	0,005 €	1.250 €
Label gantung pembelian yang ringkas dengan harga dan kode QR	0,055 €	13.750 €
Pengemasan, diskon	0,050 €	12.500 €
Total dengan kartu informasi produk	0,200 €	50.000 €

3.4) Tiga skenario

Skenario	Yang dihapuskan	per bagian	per tahun
Konservatif	Label gantung kedua, buklet, dan label tambahan dihilangkan; biaya pengemasan sedikit berkurang; ditambahkan cetakan kode QR	0,160 €	40.000 €
Realistis (Tabel 3.2 vs. 3.3)	ditambah konsolidasi menjadi satu hangtag ramping dan satu label perawatan satu lapis	0,300 €	75.000 €
Ambisius	penandaan tekstil digital juga diperbolehkan: label perawatan dihapuskan, label gantung hanya berfungsi sebagai label harga	0,360 €	90.000 €

Perhitungan konservatif: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (pengemasan) - $0,005$ (QR) = $0,160$ €.

Realistis: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Ambisius: $0,300 + 0,035$ (label perawatan) + $0,025$ (label gantung) = $0,360$ €.

Untuk semua perhitungan selanjutnya, saya secara konsisten menggunakan skenario realistis berikut: $0,30$ € per unit, 75.000 € per tahun.

3.5) Apa yang akan terjadi dengan penandaan produk tekstil

Hal ini perlu diperhatikan dengan saksama, oleh karena itu saya sampaikan dengan jelas. Berdasarkan ketentuan saat ini, Peraturan (UE) No. 1007/2011 tentang Penandaan Tekstil tetap mewajibkan pencantuman komposisi serat secara fisik pada atau di dalam produk. Demikian pula, informasi dari produsen sesuai dengan Peraturan Keamanan Produk (GPSR) serta peringatan yang berkaitan dengan keamanan saat ini belum dapat sepenuhnya digantikan secara digital.

Justru karena itulah skenario realistis ini dihitung sebagaimana adanya: skenario ini hanya menggantikan media informasi sukarela, yaitu label gantung, sisipan, label tambahan, dan multibahasa yang melampaui batas wajib. Skenario ini dapat diterapkan dalam kerangka hukum saat ini tanpa perlu mengubah satu peraturan pun.

Namun, penilaian saya mengenai arah kebijakan ini sangat jelas: Informasi sesuai dengan Peraturan Penandaan Tekstil kemungkinan besar memang harus dicantumkan dan ditampilkan dalam kartu produk untuk mode dan tekstil. Jika informasi yang sama wajib tersedia dalam bentuk digital, maka penandaan fisik tambahan sulit dibenarkan secara objektif, karena hal itu memerlukan label, bahan, waktu kerja, dan sumber daya, tanpa memberikan nilai tambah informasi. Revisi Peraturan Penandaan Tekstil sedang dibahas dalam kaitannya dengan paspor produk. Hal ini belum diputuskan, dan oleh karena itu skenario ambisius dalam Bagian 3.4 secara tegas ditandai sebagai opsi masa depan dan tidak dimasukkan ke dalam perhitungan keseluruhan.

Bagi yang saat ini sudah mencatat data secara lengkap dalam lembar spesifikasi produk, tidak perlu melakukan apa pun saat terjadi perubahan semacam itu, kecuali memesan label dengan ukuran yang lebih kecil. Bagi yang belum mencatatnya, harus memulai dari awal lagi.

3.6) Biaya proses dan biaya tidak langsung

Harga satuan label hanyalah bagian yang terlihat. Biaya proses di sekitarnya di banyak perusahaan justru lebih tinggi daripada biaya bahan itu sendiri dan tidak tercatat secara terpisah di pos biaya mana pun. Ngomong-ngomong, itulah alasan mengapa penghematan ini sering diremehkan dalam pengendalian keuangan.

Pos Biaya	Saat ini per tahun	Pengurangan	Penghematan
Penerjemahan, penyuntingan, dan tata letak teks label (9 bahasa, 4 gelombang koleksi)	14.000 €	70 %	9.800 €
Pencetakan ulang dan penggantian label akibat kesalahan teks atau perubahan jajaran produk (3.500 buah × 0,90 €)	3.150 €	80 %	2.520 €
Pembuangan sisa stok label dan hangtag saat pergantian koleksi (8% dari anggaran label)	10.000 €	60%	6.000 €
Penyimpanan, pengambilan pesanan, dan penanganan varian label	6.000 €	50 %	3.000 €
Biaya lisensi kemasan dan kertas (EPR, sekitar 4 g karton per unit)	400 €	80 %	320 €
Pertanyaan layanan pelanggan mengenai perawatan, ukuran, dan bahan (3.000 tiket × 3,50 €)	10.500 €	30 %	3.150 €
Total	44.050 €		24.790 €

Hal yang menurut saya paling penting: fleksibilitas. Label yang dicetak bersifat permanen. Jika petunjuk perawatan dikoreksi setelahnya, sertifikat kedaluwarsa, atau rekomendasi kombinasi menjadi tidak relevan karena produk pendampingnya sudah habis terjual: dalam bentuk cetakan, hal itu tidak bisa diperbaiki lagi. Kartu produk dapat diperbarui secara terpusat kapan saja, dan itu berlaku untuk seluruh barang yang ada di pasaran, termasuk barang-barang yang telah terjual dua tahun lalu. Perbedaan ini bersifat kualitatif dan oleh karena itu sulit untuk dicantumkan dalam tabel di atas. Siapa pun yang pernah mengorganisir penarikan produk karena simbol perawatan yang salah, pasti tahu apa yang saya maksud.

3.7) Pengembalian barang, faktor pendorong tunggal terbesar

Pengembalian barang merupakan pos biaya terbesar dalam industri mode online. Sebagian besar di antaranya disebabkan oleh ketidaksesuaian ukuran dan ekspektasi, serta ketidakpastian mengenai bahan dan perawatan. Di sinilah peran Product Pass: tabel ukuran lengkap untuk setiap ukuran, karakteristik bahan, tingkat penyusutan, kenyamanan pemakaian, ukuran model, serta video. Semua informasi ini dapat diakses sebelum pembelian melalui pemindaian di toko maupun setelah pembelian di rumah.

Parameter	Nilai	Dampak
Pesanan online per tahun	100.000	
Tingkat pengembalian saat ini	42 %	42.000 pengembalian
Biaya total per pengembalian (ongkos kirim, pemeriksaan, pemulihan, penurunan nilai)	11,00 €	462.000 €
Penurunan sebesar 1,0 poin persentase	-1.000 pengembalian	11.000 €
Pengurangan sebesar 2,0 poin persentase	-2.000 pengembalian	22.000 €
Pengurangan sebesar 3,0 poin persentase	-3.000 pengembalian	33.000 €

Dalam perhitungan keseluruhan, saya sengaja hanya menggunakan satu poin persentase. Bahkan dengan asumsi yang sangat hati-hati ini, hasilnya mencapai 11.000 € per tahun. Setiap poin persentase tambahan akan menghasilkan jumlah yang sama sekali lagi. Inilah faktor pengungkit dengan potensi peningkatan yang jauh lebih besar, dan hal ini harus diukur secara terarah selama tahap uji coba. Lebih lanjut mengenai hal ini akan dibahas pada Bagian 5.4.

3.8) Laporan keuangan keseluruhan, termasuk biaya platform

Posisi	per tahun	per unit
Label dan pengemasan (skenario realistis)	75.000 €	0,300 €
Biaya tidak langsung untuk proses, penerjemahan, dan layanan	24.790 €	0,099 €
Pengurangan pengembalian barang (1 poin persentase, perkiraan konservatif)	11.000 €	0,044 €

Posisi	per tahun	per unit
Penghematan bruto	110.790 €	0,443 €
Biaya Tahun 1: Platform, pengumpulan data, integrasi QR, waktu internal	-25.000 hingga -40.000 €	
Efek bersih Tahun 1	+71.000 hingga +86.000 €	
Biaya mulai Tahun 2: Platform dan pemeliharaan berkelanjutan	-18.000 hingga -25.000 €	
Efek bersih mulai Tahun 2	+86.000 hingga +93.000 €	

Mengenai biaya platform, semuanya transparan. Biaya Transpareo dihitung berdasarkan jumlah lembar data produk yang dipublikasikan, dapat dibatalkan setiap bulan, dan data dapat diekspor secara lengkap kapan saja. Jadi, tidak ada ikatan apa pun dengan kami, yang menurut saya merupakan hal yang wajar, namun sayangnya tidak demikian di pasar ini.

Tarif	Paket Produk	CHF/bulan	EUR/bulan
Small, untuk uji coba dan pemula	hingga 100	139	sekitar 153
Medium	hingga 1.000	559	sekitar 629
Large, contoh kasus dengan 1.200 SKU	hingga 10.000	1.399	sekitar 1.539
Unlimited	tak terbatas	3.499	sekitar 3.849

Harga per Agustus 2026, dengan diskon beta yang masih berlaku, termasuk terjemahan AI dalam 40 bahasa, domain sendiri, branding, GS1 Digital Link, perolehan prospek, analitik, REST-API, serta impor dan ekspor. Ketentuan terkini dan promosi yang sedang berlangsung dapat dilihat di transpareo.com.

Sebagai langkah awal, artinya: Paket uji coba yang mencakup 20 hingga 30 model akan dikenakan biaya 139 hingga 199 CHF per bulan. Dibandingkan dengan opsi lain dalam dokumen ini, selisihnya hanya sekadar pembulatan; tidak ada alasan finansial untuk tidak segera memulainya. Baru setelah diluncurkan ke seluruh jajaran produk, tarifnya akan disesuaikan. Dalam contoh model dengan sekitar 1.200 kombinasi artikel dan warna, tarif yang berlaku adalah Tarif Large dengan biaya sekitar 18.500 € per tahun, dan biaya ini sudah termasuk dalam kisaran biaya yang disebutkan di atas. Jika dibandingkan dengan penghematan sebesar 110.790 €, angka tersebut setara dengan sekitar 17 persen.

3.9) Jika Anda mengikuti lebih dari dua koleksi dalam setahun

Saat ini, banyak merek yang terus-menerus memperbarui dan memperluas penawaran mereka. Dalam hal perhitungan, hal ini menjadi faktor pengganda, baik dalam argumen yang mendukung maupun yang menentang.

Rincian Biaya	2 koleksi ditambah 2 edisi lanjutan	8 hingga 12 peluncuran per tahun
Jumlah cetakan label	jumlah cetakan menengah, harga berjenjang yang baik	jumlah cetakan lebih kecil, harga berjenjang yang kurang menguntungkan, harga per unit meningkat
Penerjemahan dan tata letak	4 siklus per tahun	8 hingga 12 siklus, biaya sebesar 14.000 € dapat dengan mudah berlipat ganda
Pembuangan stok sisa	8 % dari anggaran label	berdasarkan pengalaman 12 hingga 18 %, karena pergantian desain lebih sering
Jumlah pesanan minimum	jarang mengikat	sering mengikat, sehingga terjadi pemesanan berlebih secara sistematis
Waktu ke Pasar	dapat direncanakan	Waktu pengiriman label menjadi hambatan bagi peluncuran

Poin terakhir ini sering terlewatkan, padahal sebenarnya inilah yang paling krusial: Jika sebuah drop harus menunggu pengiriman label perawatan, hal itu akan menghabiskan hari-hari penjualan. Data produk dapat diperbarui dalam hitungan menit. Saya menyarankan setiap toko dengan frekuensi drop yang tinggi untuk mengulangi perhitungan model ini dengan angka-angka mereka sendiri. Hasilnya biasanya jauh lebih baik daripada yang ditampilkan di sini.

4) Peran Kartu Produk dalam Pemasaran

Penghematan biaya inilah yang membiayai proyek tersebut. Nilai strategis yang sesungguhnya terletak di tempat lain: Kartu Produk mengubah label wajib menjadi saluran permanen milik merek itu sendiri yang terintegrasi pada produk.

4.1) Satu-satunya titik kontak dengan jangkauan penuh

Setiap saluran lain hanya menjangkau segmen tertentu. Buletin elektronik menjangkau para pelanggan. Media sosial menjangkau pengikut dan jangkauan berbayar. Toko online menjangkau pembeli daring. Kode QR terpasang pada setiap barang yang terjual.

Ciri	Saluran Klasik	Label Produk pada Produk
Jangkauan	Sebagian pembeli	Setiap unit yang terjual
Pelanggan toko fisik	Umumnya anonim	Dapat dihubungi untuk pertama kalinya
Biaya media	berkelanjutan, per kontak	tidak ada, produknya sendiri yang menjadi media
Durasi kontak	masa kampanye	seluruh masa penggunaan, seringkali bertahun-tahun
Pemicu	merek	pelanggan itu sendiri, sehingga perhatiannya tinggi
Pemilik kedua	tidak dapat dijangkau	menjadi kontak baru saat dijual kembali

Poin kedua inilah yang paling sering saya bahas bersama para pengusaha mode. Dalam skenario model ini, 60 persen barang terjual di toko fisik. Itu berarti 150.000 item per tahun dibeli oleh orang-orang yang tidak Anda kenal dan tidak akan pernah Anda temui lagi. Kartu produk ini mengatasi hal tersebut tanpa perlu integrasi dengan sistem kasir, tanpa kartu pelanggan, dan tanpa campur tangan mitra ritel.

4.2) Kombinasi dan Penjualan Silang

Informasi mengenai pakaian yang dapat dipadukan merupakan bagian dari informasi layanan yang diharapkan dalam lembar spesifikasi produk. Siapa pun yang memindai kode pada rok yang baru saja dibeli berada tepat dalam situasi di mana rekomendasi blus yang cocok akan sangat membantu dan tidak mengganggu. Inilah perbedaannya dengan iklan retargeting apa pun yang ditayangkan tiga hari kemudian.

- Penampilan lengkap dari pemotretan kampanye, dapat dipesan langsung
- Aksesori yang serasi: ikat pinggang, syal, tas, sepatu
- Pilihan warna dan ukuran lain dari model yang sama
- Pembelian ulang produk yang sama, yang sering kali dianggap remeh sebagai pendorong penjualan utama untuk barang-barang favorit
- Pelengkap musiman: mantel rajut yang cocok untuk gaun musim panas di musim gugur
- Produk perawatan: deterjen wol, alat pencukur bulu pakaian, semprotan pelindung air, kancing pengganti

Penjualan Silang, Metode Perhitungan	Asumsi	Hasil
Kode QR di pasar per tahun	250.000	
Tingkat pemindaian dengan janji manfaat yang terlihat	12 %	30.000 pemindaian
Tingkat konversi ke rekomendasi kombinasi	3 %	900 pesanan
Nilai keranjang belanja	65 €	58.500 € omzet

Penjualan Silang, Metode Perhitungan	Asumsi	Hasil
Rasio kontribusi laba	45 %	26.325 € kontribusi laba

Tingkat pemindaian untuk barang konsumsi biasanya berkisar antara 5 hingga 15 persen. Angka tersebut meningkat secara signifikan jika pada label tercantum manfaat konkret: “*Tips perawatan, gaya yang cocok, dan perpanjangan garansi Anda*” alih-alih sekadar kode. Kalimat ini tidak memerlukan biaya apa pun dan merupakan langkah tunggal paling efektif yang saya ketahui.

4.3) Acara, Komunitas, Pengalaman Merek

Informasi pada kartu produk dapat diisi secara bebas dan diperbarui kapan saja tanpa mengubah kode QR. Dengan demikian, setiap pakaian yang beredar di pasaran menjadi saluran distribusi untuk acara-acara terkini, bahkan bertahun-tahun setelah dijual.

- Undangan ke acara toko, obral sampel, peluncuran koleksi, dan trunk show
- Pemesanan janji temu untuk konsultasi gaya pribadi di toko terdekat
- Repair Café dan layanan perbaikan, bukti komitmen keberlanjutan yang kuat dengan nilai retensi pelanggan yang tinggi
- Penayangan berdasarkan lokasi: hanya pelanggan di sekitar toko yang dapat melihat jadwalnya
- Jendela penjualan awal dan format komunitas untuk pelanggan terdaftar

4.4) Alat Penghasil Prospek

Dengan Transpareo Lead Generator, Anda dapat membuat kuesioner sebanyak yang Anda inginkan secara mandiri dan tanpa bantuan agensi, lalu menghubungkannya dengan lembar spesifikasi produk. Ada satu detail teknis yang sangat menentukan keefektifannya: kuesioner akan terbuka secara otomatis setelah kode QR dipindai. Pelanggan tidak perlu mencari apa pun atau mengklik apa pun. Siapa pun yang pernah mencoba mengajak orang untuk mengisi formulir dengan satu klik tambahan pasti tahu betapa besar pengaruhnya terhadap tingkat partisipasi.

Mekanisme ini sendiri sudah ada sejak lama dan terbukti efektif: Pelanggan mendapatkan manfaat konkret dan, sebagai gantinya, memberikan informasi serta persetujuan.

Keuntungan bagi pelanggan	Pertanyaan dalam kuesioner	Manfaat bagi Anda
Perpanjangan garansi setelah pendaftaran produk	Tanggal pembelian, tempat pembelian, data kontak	Kontak awal dan transparansi penjualan di tingkat grosir
Panduan gaya pribadi untuk produk yang dibeli	Preferensi gaya, acara, ukuran	Segmentasi untuk kampanye dan perencanaan koleksi

Keuntungan bagi pelanggan	Pertanyaan dalam kuesioner	Manfaat bagi Anda
Keuntungan atau bonus pada pembelian berikutnya	Email, persetujuan buletin	Prospek dengan opt-in tanpa biaya media
Akses awal ke koleksi baru	Kategori favorit, kesediaan harga	Indikasi permintaan sebelum pemesanan
Partisipasi dalam undian atau acara komunitas	Wilayah, preferensi toko	Aktivasi berbasis lokasi
Umpan balik kesesuaian ukuran dengan rekomendasi ukuran untuk pembelian berikutnya	Ukuran tubuh, penilaian kesesuaian	Basis data langsung untuk mengurangi pengembalian barang
Pemeriksaan perbaikan gratis	Masa pakai, titik-titik keausan	Data kualitas dari lapangan untuk pengembangan produk

Baris terakhir ini menutup lingkaran yang hampir tidak pernah tertutup di industri mode. Umpan balik mengenai kesesuaian ukuran dan daya tahan biasanya hanya sampai ke tim pengembangan produk melalui alasan pengembalian barang dan keluhan, sehingga informasi tersebut menjadi tidak akurat, cenderung negatif, dan terlambat. Melalui "kartu produk", umpan balik tersebut diterima dari pengguna yang puas setelah berbulan-bulan penggunaan yang sesungguhnya. Sebagai insinyur tekstil, saya pasti akan sangat menginginkan sumber data seperti ini.

Generasi prospek, Metode perhitungan	Asumsi	Hasil
Pemindaian per tahun (12% dari 250.000)	30.000	
Partisipasi dalam kuesioner yang terbuka secara otomatis	25%	7.500 prospek
di antaranya dari ritel fisik, sejauh ini anonim	60 %	4.500 kontak baru
Nilai perbandingan biaya prospek di sektor fashion	6 € per prospek	45.000 € setara media

Nilai ekuivalen media bukanlah arus kas masuk, sehingga dicantumkan secara terpisah dalam laporan keuangan. Namun, dari segi kualitas, perbedaannya bahkan lebih besar daripada nilainya: Sebuah lead dari katalog produk berasal dari pembeli terverifikasi yang riwayat pembeliannya diketahui.

4.5) Perlindungan Merek dan Palsu

Topik ini sejauh ini sangat jarang dibahas dalam konteks paspor produk, meskipun hal ini kemungkinan besar merupakan manfaat tunggal yang paling signifikan bagi merek-merek premium dan mewah, dan manfaat tersebut sudah dapat dinikmati segera.

Sertifikat produk yang, melalui pengenalan unik, merujuk pada kumpulan data yang dikelola oleh merek, diberi versi, dan ditandatangani secara kriptografis, merupakan bukti asal-usul. Pembeli dapat memeriksa di browser apakah barang tersebut asli, dari mana asalnya, dan kapan barang tersebut mulai beredar. Seorang pemalsu dapat menyalin kode QR tersebut, tetapi ia tidak dapat membuat entri yang sah dalam basis data Anda dan tidak dapat memberikan tanda tangan yang sah.

Digunakan untuk:

- Bukti asal usul untuk pakaian, tas, jam tangan, dan barang-barang mewah berkualitas tinggi
- Kemampuan verifikasi bagi bea cukai dan pengawasan pasar tanpa perlu menghubungi produsen
- Meningkatkan kepercayaan di pasar sekunder, di mana keaslian merupakan hambatan utama dalam pembelian
- Nomor seri untuk setiap unit, bukan hanya per artikel, jika hal tersebut dianggap bermanfaat
- Jika memungkinkan secara organisasi, pimpinan toko penjualan yang bertanggung jawab dapat, melalui izin di Application Manager, memasukkan nama pembeli dan detail pembelian lainnya, serta mencatatnya secara permanen dalam paspor produk

Saya sangat yakin bahwa dalam beberapa tahun ke depan, teknologi NFC dan RFID yang menggunakan pengenalan yang sama seperti yang tercantum dalam kode QR akan semakin populer. Sebuah chip yang ditanam di tepi pakaian, yang memiliki pengenalan yang sama, jauh lebih sulit dipalsukan daripada sebuah kotak yang dicetak. Bukti kepemilikan berbasis NFT juga akan menggunakan pengenalan ini sebagai titik acuan. Yang terpenting: Siapa pun yang saat ini membangun pengenalan yang jelas dan unik untuk setiap produk melalui paspor digital, sudah siap menghadapi semua teknologi ini sejak sekarang.

4.6) Pasar sekunder dan pemeliharaan nilai

Pasar barang bekas untuk mode tumbuh lebih cepat daripada pasar primer. Sertifikat produk memberikan tiga manfaat di sana:

- **Pemeliharaan nilai.** Sebuah pakaian yang memiliki riwayat bahan, asal-usul, dan perawatan yang lengkap serta tersimpan secara digital akan dijual kembali dengan harga lebih tinggi daripada yang memiliki label yang tidak terbaca. Hal ini berdampak pada kesediaan pembeli untuk membayar saat pembelian baru.
- **Keaslian.** Lihat Bagian 4.5 mengenai perlindungan terhadap pemalsuan. Di pasar sekunder, hal ini menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pembelian.
- **Kontak baru tanpa biaya akuisisi.** Pemilik kedua memindai produk dan akan diarahkan ke Anda. Dari pembelian barang bekas yang tidak menghasilkan keuntungan bagi Anda, hal ini berubah menjadi prospek dan berpotensi menjadi pelanggan baru.

4.7) Multibahasa dan Aksesibilitas

Label petunjuk perawatan yang ditulis dalam sembilan bahasa dengan ukuran huruf 4–Punkt pada empat lapis pita satin pada dasarnya tidak dapat dibaca oleh sebagian besar penduduk. Hal ini berlaku bagi setiap pelanggan yang berusia di atas enam puluh tahun, setiap orang yang memiliki gangguan penglihatan, dan setiap orang yang tidak dapat lagi membaca label tersebut setelah pencucian ketiga. Kartu produk ini dioptimalkan untuk tampilan layar, dapat dibaca oleh pembaca layar, dapat diperbesar sesuka hati, dan memiliki kontras yang tinggi. Hal ini secara langsung memenuhi persyaratan Undang-Undang Aksesibilitas Eropa.

Terkait masalah bahasa, perlu ditambahkan bahwa wilayah geografis tidak lagi menjadi faktor penentu. Transpareo menerjemahkan seluruh informasi basis data tanpa biaya tambahan ke dalam semua bahasa Eropa serta bahasa Bengali, Mandarin, Hindi, Indonesia, Jepang, Korea, dan Vietnam – total 40 bahasa, termasuk seluruh 24 bahasa resmi Uni Eropa. Di dalam Manajer Aplikasi, setiap pengguna dapat memilih sendiri bahasa kerjanya. Di halaman profil, bahasa browser akan muncul secara otomatis tanpa perlu pengaturan apa pun dari pelanggan.

Bagi Anda, hal ini memiliki dua arti. Pasar penjualan tambahan ini tidak menambah lebar label sedikit pun dan tidak menimbulkan biaya terjemahan. Selain itu, bahasa-bahasa dalam rantai pasokan juga tercakup: pabrik penjahit di Bangladesh, pemasok di Vietnam, dan mitra di Tiongkok dapat membaca spesifikasi Anda dalam bahasa mereka masing-masing. Dalam praktiknya, hal ini setidaknya sama berharganya dengan sisi pelanggan.

5) Manfaat yang diperoleh organisasi Anda dari hal ini

Manfaat yang paling sulit diukur, namun paling penting dalam jangka panjang, terletak pada organisasi itu sendiri. Paspur produk adalah produk data, dan hal ini mensyaratkan kewenangan yang jelas, sumber data yang terintegrasi, serta pemasok yang terlibat. Tak satu pun dari hal tersebut dapat diwujudkan dalam waktu singkat. Kualitas data tidak bisa dibeli; kualitas data harus diperjuangkan.

5.1) Mulailah saja, dengan apa yang ada di sekitar kita

Alasan paling umum mengapa proyek-proyek seputar paspor produk tidak dimulai adalah anggapan bahwa segala sesuatunya harus sudah lengkap terlebih dahulu. Hal ini salah dan justru menghambat. Mulailah dengan data yang sudah ada dan dapat diakses tanpa perlu meminta konfirmasi, jika ragu, mulailah dengan Bagian 2.6, yang tidak memerlukan korespondensi dengan pihak lain. Publikasikan data tersebut. Kemudian, kembangkan koleksi Anda secara bertahap dari satu koleksi ke koleksi lainnya.

Bagi pelanggan, buku panduan yang berisi petunjuk perawatan, informasi bahan, tabel ukuran, dan rekomendasi padu padan sudah sangat berguna saat ini. Pelanggan tidak mengharapkan data rantai

pasokan Tier-3 yang lengkap, dan pada tahun 2029 pun hal itu tidak akan menjadi hal pertama yang mereka perhatikan.

Fase	Periode	Isi	Hasil
1 Memulai	Bulan 1–2 atau lebih cepat	Menentukan dasar perhitungan biaya. Menetapkan rangkaian produk uji coba yang terdiri dari 20 hingga 30 model. Mengumpulkan data yang hanya tersedia secara internal: data pemasaran, bahan, perawatan, dan ukuran. Paket Small, 139 hingga 199 CHF per bulan.	Set data lengkap pertama tanpa perlu menghubungi pemasok sama sekali
2 Meluncurkan	Bulan 3–5 atau lebih cepat	Merancang tata letak dan nilai jual. Mengintegrasikan kode QR ke dalam cetakan label. Menyusun kuesioner pertama. Meluncurkan secara resmi.	Penerimaan di pasar, pemindaian pertama, prospek pertama, metrik pertama
3 Peningkatan Skala	Bulan ke-6–12 atau lebih awal	Melakukan peluncuran ke seluruh koleksi. Mengaktifkan integrasi Excel dan ERP. Mengurangi jumlah label. Menetapkan indikator kinerja.	Penghematan biaya penuh berlaku, data konversi yang andal
4 Pendalaman	Tahun ke-2 hingga 2028	Melengkapi data pemasok Tier 2/3. Membangun bidang lingkungan, perbaikan, dan daur ulang. Memasukkan penyediaan data ke dalam perjanjian kerangka kerja. Menetapkan rutinitas kualitas data.	Kematangan yang luas jauh sebelum kewajiban berlaku
5 Pendaftaran	mulai tahun 2029	Pemetaan ke model data akhir dari peraturan delegasi, pendaftaran di register UE.	Kepatuhan tanpa proyek dan tanpa tekanan tenggat waktu

Perlu diperhatikan bahwa Fase 1 dan 2 secara keseluruhan berlangsung paling lama lima bulan dan tidak memerlukan hal-hal yang berada di luar kendali Anda. Inilah titik di mana sebagian besar kekhawatiran sirna begitu saja.

5.2) Impor data dan integrasi, serta mengapa arahnya penting

Transpareo dapat mengimpor file Excel dalam jumlah berapa pun; alat impor ini menyesuaikan diri dengan file Anda, bukan sebaliknya. PIM terpisah tidak diperlukan, namun dapat diintegrasikan. Selain itu, database internal maupun eksternal dalam jumlah berapa pun dapat diintegrasikan, termasuk sistem ERP.

Terkait integrasi ini, terdapat keputusan arsitektur yang menurut saya berkaitan dengan keamanan dan perlu diperhatikan dengan saksama pada setiap penyedia layanan yang Anda pertimbangkan:

Aliran data bersifat satu arah masuk. Pihak sumber melakukan otentikasi pada Transpareo-Vendor-API dan mengirimkan paket data. Transpareo tidak pernah campur tangan dalam sistem pabrikan dan

tidak memerlukan kredensial akses ke sistem ERP Anda. Artinya: Tidak ada jalur akses dari platform kami ke sistem Anda. Tidak ada akses masuk, tidak ada kredensial yang disimpan, tidak ada koneksi terbuka yang berisiko disusupi. Dengan menerapkan model “push” alih-alih “pull”, Anda secara otomatis menghalangi seluruh jenis jalur serangan sejak awal.

Saat Anda membandingkan penyedia layanan, itulah salah satu pertanyaan yang akan saya ajukan terlebih dahulu. Kami telah secara sengaja menyusun kerangka kerja terstruktur untuk hal ini dengan tetap netral terhadap penyedia layanan mana pun; lihat Bagian 6.4.

5.3) Kumpulan data sebagai nilai tersendiri

Sekarang mari kita bahas hal yang paling menarik minat saya secara pribadi dan yang nyaris tidak pernah dibahas dalam diskusi ini.

Jika data produk Anda terstruktur dan tersimpan di satu tempat, data tersebut menjadi milik Anda, dan dapat dipulihkan kapan saja, baik secara keseluruhan maupun sebagian: ke Data Warehouse Anda, ke alat analisis Anda, maupun ke sistem Anda sendiri. Di Transpareo, Anda dapat mengeksportnya dalam format CSV, XLSX, JSON-LD, dan SQL, atau melalui REST-API. Hal ini berlaku terlepas dari apakah Anda telah menerbitkan satu pun pass. Segera dan berulang kali.

Hal ini membuka peluang penerapan dan manfaat yang sangat besar, yang tidak ada hubungannya dengan kepatuhan:

- **Pelatihan AI menggunakan data sendiri.** Model bahasa yang memahami semua materi Anda, deskripsi kualitas, logika ukuran, dan struktur pemasok Anda, sangat berbeda dengan model umum. Landasan untuk hal ini adalah basis data produk yang rapi dan konsisten – persis seperti yang terbentuk saat Anda menyusun paspor produk.
- **Aplikasi berbasis agen.** Sistem asisten yang menganalisis data koleksi, mengusulkan alternatif bahan, memeriksa spesifikasi, atau menjawab pertanyaan pelanggan, mutlak membutuhkan data produk yang terstruktur. Tanpa itu, setiap ide agen hanya akan tetap menjadi slide presentasi.
- **Pembelian dan perencanaan produksi.** Kebutuhan bahan melintasi model, warna, dan ukuran; pengelompokan kualitas benang berdasarkan koleksi; konsentrasi pemasok per kelompok bahan: semua ini adalah analisis yang gagal jika data tersebar, namun menjadi mudah jika data digabungkan.
- **Penelitian dan Pengembangan.** Konstruksi, berat per satuan luas, dan perlakuan bahan mana yang akan memengaruhi pola keluhan dan pengembalian produk selama beberapa musim? Korelasi ini hanya dapat dihitung jika data bahan, penjualan, dan umpan balik disimpan di satu tempat yang sama.

Sebagai seorang pengusaha, saya katakan dengan sangat jelas: Bahkan jika besok Uni Eropa menghapus paspor produk tanpa pengganti apa pun, upaya pengembangan basis data ini tetaplah tepat dan akan sangat berharga dalam jangka panjang. Paspor produk itu hanyalah aplikasinya. Data-datanya itulah asetnya.

5.4) Indikator kunci yang sebaiknya Anda ukur sejak hari pertama

Indikator	Ukuran	Tujuan
Tingkat pemindaian	Jumlah pemindaian per 100 unit yang terjual	Mengoptimalkan janji manfaat pada label
Waktu tinggal dan kedalaman halaman	Detik, klik	Memprioritaskan konten, menghilangkan hal-hal yang tidak penting
Konversi prospek	Prospek per 100 pemindaian	Menguji penawaran keuntungan
Konversi Penjualan Silang	Pesanan per 100 pemindaian	Meningkatkan logika kombinasi
Rasio Pengembalian antara Pengguna Pemindai dan Non-Pengguna	Selisih dalam poin persentase	Angka paling meyakinkan bagi manajemen
Permintaan layanan terkait perawatan dan ukuran	Tiket per bulan	Membuktikan pengurangan beban layanan pelanggan
Biaya label per unit	Euro per unit	Menunjukkan penghematan dalam pengendalian keuangan

Harap atur baris kelima sebelum situs ini diluncurkan. Perbandingan antara pengguna pemindai dan non-pemindai tidak dapat dilakukan secara retroaktif, dan angka inilah yang akan ditanyakan kepada Anda pada tahun kedua. Statistik pemindaian di Transpareo dikumpulkan di sisi server, tanpa cookie dan tanpa pelacak. Anda akan mendapatkan angka, rentang waktu, dan wilayah, tanpa menimbulkan masalah persetujuan.

6) Dari Sertifikat Produk ke Daftar Uni Eropa: sekadar formalitas

Keberatan yang paling sering diajukan terhadap dimulainya proses ini lebih awal adalah bahwa model data akhir Uni Eropa belum ditetapkan, sehingga pekerjaan yang dilakukan saat ini mungkin akan sia-sia. Saya memahami keberatan tersebut, namun hal itu didasari oleh kesalahpahaman mengenai cara kerja pendaftaran tersebut.

6.1) Apa yang sebenarnya dilakukan oleh register

Daftar Paspur Produk Uni Eropa telah beroperasi sejak 20 Juli 2026; Peraturan Pelaksanaan (UE) 2026/1778 mengatur kontrol akses, verifikasi pengguna, pendaftaran, dan persyaratan penyimpanan. Yang penting untuk diperhatikan: Daftar ini menyimpan pengenalan unik dan metadata; daftar ini bukanlah

tempat penyimpanan data untuk pas produk itu sendiri. Data produk yang sebenarnya tetap tersimpan secara terdesentralisasi di pihak pelaku usaha atau penyedia layanannya.

Secara praktis, artinya: Pas Anda harus memiliki pengenalan yang sesuai standar dan dapat diurai, serta telah terdaftar dalam register, sebelum produk tersebut dipasarkan di wilayah UE. Pemeliharaan data tetap dilakukan seperti biasa.

Transpareo sepenuhnya memenuhi standar terharmonisasi yang disebutkan dalam Jurnal Resmi melalui Keputusan Pelaksanaan (UE) 2026/1736 tanggal 15 Juli 2026; kedua standar yang masih tertunda juga telah diimplementasikan. Transpareo bekerja dengan GS1 Digital Link dan resolusi GTIN yang sesuai standar, serta dirancang untuk pendaftaran di Daftar Uni Eropa. Setiap versi sertifikat memiliki dua tanda tangan independen, yaitu dari penerbit dan dari Transpareo; Anda dapat menyimpan kunci penerbit sendiri melalui titik akhir tanda tangan khusus.

Masukkan sekali. Publikasikan hari ini. Daftar nanti.

1. **Masukkan:** pindahkan data produk yang ada ke dalam basis data secara terstruktur dan berbasis kolom. Yang terpenting adalah berbasis kolom: teks bebas tidak dapat dipetakan, sedangkan kolom yang rapi bisa.
2. **Publikasikan:** sertifikat langsung aktif. Kode QR pada produk, manfaatnya terasa sejak hari pertama.
3. **Perluas:** dari satu koleksi ke koleksi lainnya, kolom-kolom baru ditambahkan sesuai ritme operasional sehari-hari.
4. **Pendaftaran:** ketika kewajiban berlaku, catatan data yang ada akan dipetakan ke model akhir dan disimpan oleh Transpareo di register UE. Tidak perlu memulai dari awal, tidak perlu proyek baru, dan tidak perlu panik karena tenggat waktu.

6.2) Empat keberatan yang paling sering saya dengar

Keberatan	Jawaban saya
«Model data untuk tekstil belum ditetapkan.»	Struktur teknisnya memang belum ditetapkan, namun substansi isinya sudah sangat jelas. Bahan, asal usul, perawatan, perbaikan, sertifikat, dan kemampuan daur ulang akan dimasukkan; tidak ada keraguan serius mengenai hal itu. Struktur dapat dipetakan secara otomatis, asalkan isinya tercatat dengan rapi dan terorganisir per kolom. Perekaman inilah yang sebenarnya memakan waktu, dan hal ini tetap harus dilakukan bagaimanapun juga.
«Kalau begitu, kita bekerja dua kali.»	Anda cukup memperbarui data sekali di basis data. Data tersebut langsung dipublikasikan sebagai paspor produk dan kemudian didaftarkan secara terpisah. Cukup dicatat sekali, digunakan berkali-kali.

Keberatan	Jawaban saya
"Kami menunggu standarnya."	Enam dari delapan standar telah diharmonisasikan sejak Juli 2026, dan pendaftaran sudah berjalan. Standar yang ditunggu-tunggu sebagian besar sudah ada. Dua standar lainnya sudah diketahui dan telah diterapkan oleh Transpareo. Dan siapa pun yang terus menunggu, berarti juga menunda penghematan biaya, prospek, dan kurva pembelajaran.
«Kami tidak memiliki semua data.»	Tidak ada yang memilikinya. Sertifikat produk dimulai dari data yang ada dan terus berkembang. Hal ini akan selalu demikian, bahkan setelah pendaftaran. Lihat Bagian 5.1.

6.3) Risiko, disebutkan secara terbuka

Risiko	Penilaian	Penanganan
Model data akhir berbeda	sedang	Perekaman berbasis kolom, bukan teks bebas. Pemetaan dapat dilakukan secara otomatis, namun pengumpulan data baru berdasarkan isi tidak memungkinkan.
Tingkat pemindaian rendah pada awalnya	sedang	Rumuskan janji manfaat pada label, uji coba dalam proyek percontohan, dan lakukan iterasi sebelum dilakukan skalasi.
Kewajiban penandaan fisik tetap berlaku	tinggi	Telah diperhitungkan dalam harga. Skenario realistis ini hanya menggantikan pemegang label sukarela.
Pemasok tidak menyediakan data	sedang	Mulailah dengan data yang tersedia secara internal. Masukkan penyediaan data secara bertahap ke dalam perjanjian kerangka kerja, selama masih ada ruang untuk negosiasi.
Ketergantungan pada satu penyedia	rendah	Dapat dibatalkan setiap bulan, ekspor lengkap dalam empat format, alamat paspor yang stabil, renderer sumber terbuka. Periksa hal ini pada setiap penyedia yang Anda pertimbangkan; daftar periksa penyedia kami mencantumkan pertanyaan-pertanyaan yang perlu diajukan.
Perlindungan data dalam pengumpulan prospek	rendah	Opt-in yang jelas, pembatasan tujuan, dan konsep penghapusan sejak awal.

6.4) Memilih Penyedia Layanan

Saya menulis makalah ini sebagai pendiri Transpareo, dan Anda sebaiknya membacanya dengan pemahaman tersebut. Oleh karena itu, catatan berikut ini semakin penting bagi saya.

Kami telah menerbitkan [daftar periksa penyedia](#) yang sengaja dirancang netral terhadap penyedia tertentu, berisi tiga puluh kriteria yang benar-benar penting dalam pengambilan keputusan platform

yang tepat: Kepatuhan terhadap standar, dukungan untuk GS1 Digital Link, konsep penandatanganan dan pengarsipan, kedaulatan data dan kemampuan ekspor, model harga dan skalabilitas sesuai jumlah SKU, serta kemudahan untuk berhenti menggunakan layanan. Silakan periksa daftar ini sebelum Anda mengambil keputusan, bahkan dan terutama jika pada akhirnya Anda memutuskan untuk tidak memilih kami. Platform yang tidak lulus pemeriksaan semacam ini sebaiknya tidak Anda pilih; hal ini berlaku bagi kami maupun bagi semua penyedia lainnya.

Sebagai pelengkap, Anda dapat menemukan artikel-artikel khusus mengenai ESPR, standardisasi, dan praktik implementasi yang terus diperbarui di bagian [“Wawasan & Perspektif”](#), serta penjelasan mengenai peraturan tersebut sendiri dalam [Panduan ESPR](#) kami. Renderer Transpareo Time Machine merupakan perangkat lunak sumber terbuka di bawah lisensi GPL v3, sehingga setiap sertifikat dapat diverifikasi secara mandiri di peramban tanpa bergantung pada kami.

7) 90 hari pertama

Sebagai penutup, berikut ini sebuah rencana yang dapat Anda mulai pada hari Senin. Rencana ini tidak memerlukan mandat konsultasi, tender, maupun permohonan anggaran.

Periode	Tugas	Hasil
Minggu 1–2	Mengumpulkan biaya aktual: mengumpulkan faktur label, pesanan label gantung, biaya terjemahan, dan daftar barang yang dibuang selama dua belas bulan terakhir	Angka-angka Anda sendiri, bukan asumsi model saya dari Bab 3
Minggu 2–4	Membuat peta data: bidang mana yang ada di sistem mana, siapa yang mengelolanya, seberapa terkini datanya. Gunakan tabel dari Bab 2 sebagai templat	Kejelasan mengenai kematangan data dan celah-celah yang sebenarnya
Minggu 3–4	Tentukan rangkaian produk percontohan: 20 hingga 30 model dengan visibilitas tinggi dan potensi storytelling yang baik. Uji coba gratis, dilanjutkan dengan paket Small	program percontohan yang dikelola dengan baik dan informatif
Minggu 4–6	Buat akun, tentukan struktur kolom, impor data uji coba melalui Excel	set data lengkap pertama
Minggu 6–8	Rancang tata letak dan struktur konten, masukkan rekomendasi kombinasi, rumuskan janji manfaat untuk label	dokumen siap dipublikasikan
Minggu 7–9	Koordinasikan integrasi QR dengan pemasok label dan terapkan pada pergantian label berikutnya yang sudah dijadwalkan	Biaya marjinal peluncuran mendekati nol

Periode	Tugas	Hasil
Minggu 8–10	Buat kuesioner pertama di generator prospek. Rekomendasi: perpanjangan garansi saat pendaftaran produk	Mekanisme perolehan prospek aktif, kuesioner terbuka secara otomatis setelah pemindaian
Minggu 10–12	Meluncurkan rangkaian produk percontohan, menetapkan indikator kinerja, memulai pengukuran, terutama perbandingan pengembalian barang	data pemindaian dan konversi nyata pertama
Minggu ke-12	Mengevaluasi, memperbarui analisis kelayakan bisnis dengan angka aktual, memutuskan peluncuran secara luas	dasar pengambilan keputusan yang kuat

7.1) Tiga hal yang ingin saya sampaikan kepada Anda

- **Tuliskan manfaatnya di label.** Kode QR yang berdiri sendiri hampir tidak akan dipindai. «*Paspor Produk Digital: Tips perawatan, gaya yang cocok, serta perpanjangan garansi Anda, dan masih banyak lagi*» akan melipatgandakan tingkat pemindaian. Kalimat ini tidak memerlukan biaya apa pun dan sangat menentukan seluruh aspek pemasaran dalam perhitungan.
- **Gabungkan proses peralihan ini dengan penggantian label berikutnya.** Mereka yang memasukkan integrasi QR ke dalam penggantian label yang memang sudah waktunya dilakukan, praktis tidak akan mengeluarkan biaya peralihan. Mereka yang menjadikannya sebagai kampanye khusus, harus membayar dua kali.
- **Ukur dampak pengembalian barang sejak awal.** Perbandingan tingkat pengembalian antara pelanggan yang memindai dan yang tidak memindai merupakan angka paling meyakinkan yang dapat Anda tunjukkan pada tahun kedua, sekaligus menjadi faktor pendorong dengan potensi peningkatan terbesar. Data ini tidak dapat diperoleh secara retrospektif.

Dan jika Anda hanya melakukan satu hal saja setelah membaca artikel ini: tanyakan kepada pihak internal perusahaan Anda mengenai tagihan terakhir dari pemasok label, lalu bagi jumlahnya dengan jumlah unit. Angka inilah yang menjadi titik awal setiap diskusi serius mengenai paspor produk digital. Pada sebagian besar merek yang saya ajak bicara, angkanya lebih tinggi daripada yang diperkirakan oleh manajemen.

Lampiran: Ringkasan semua asumsi

Setiap angka dalam makalah ini merupakan salah satu dari asumsi-asumsi berikut atau diperoleh secara matematis dari asumsi-asumsi tersebut. Saya sengaja tidak mencantumkan nilai apa pun yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, dan jika ragu, saya memilih opsi yang lebih hati-hati.

Asumsi	Nilai	Karakteristik
Penjualan tahunan	250.000 unit	Penetapan model
Kombinasi warna produk (= jumlah varian)	1.200	Penetapan model
Penandaan fisik saat ini	0,500 € per unit	ketentuan yang lazim di industri
Penandaan fisik dengan paspor produk	0,200 € per unit	perhitungan model
Penghematan yang diperkirakan (skenario realistis)	0,300 € per unit	selisih kedua nilai
Pesanan daring	100.000 per tahun	setara dengan 40% pangsa D2C
Tingkat pengembalian daring	42%	umum di industri
Biaya total per pengembalian	11,00 €	umum di industri ini
Perkiraan pengurangan pengembalian	1,0 poin persentase	sengaja dibuat konservatif
Tingkat pemindaian QR	12 %	nilai rata-rata dengan janji manfaat yang jelas
Tingkat partisipasi dalam kuesioner	25% dari pemindaian	berdasarkan pengalaman dengan penawaran keuntungan
Konversi cross-selling per pemindaian	3%	konservatif
Nilai keranjang belanja dan rasio kontribusi laba	65 € dan 45%	asumsi model
Nilai perbandingan prospek (CPL)	6,00 €	Kisaran industri mode 4 hingga 12 €
Biaya platform pada tahap peluncuran (Paket Large)	sekitar 18.500 € per tahun	Harga katalog Agustus 2026
Total biaya peluncuran tahun ke-1	25.000 hingga 40.000 €	Perkiraan kisaran
Biaya operasional mulai tahun ke-2	18.000 hingga 25.000 €	Perkiraan kisaran

Semua nilai yang tercantum hanya bersifat ilustratif dan tidak dapat menggantikan perhitungan khusus untuk masing-masing perusahaan. Perhitungan ini dirancang sedemikian rupa sehingga Anda dapat memasukkan nilai aktual Anda sendiri sebagai pengganti asumsi-asumsi yang ada. Pernyataan mengenai batas yang diperbolehkan dalam pengurangan ukuran label bukanlah nasihat hukum dan harus diperiksa secara kasus per kasus.

Kalkulator Excel untuk dokumen ini, di mana Anda dapat mengganti setiap asumsi dengan angka Anda sendiri, dapat ditemukan di [halaman kami mengenai Sertifikat Produk untuk Tekstil](#).

Tentang Penulis

Günter Reichelt, pendiri dan ahli strategi Transpareo selama 19 tahun, Ketua Dewan Pengawas, insinyur tekstil, serta pengusaha serba bisa yang penuh semangat selama lebih dari 50 tahun. Zug, Swiss.

Jika Anda memiliki permintaan perubahan, tambahan, atau komentar lebih lanjut mengenai pos-pos perhitungan tertentu, saya akan sangat senang menerima masukan Anda. Saya menganggap topik-topik ini sangat penting dan dengan senang hati akan meluangkan waktu untuk membahasnya.

Tentang Transpareo

Perusahaan Swiss Transpareo AG yang berkantor pusat di Tech Cluster Zug menawarkan portal layanan mandiri untuk pembuatan, pengelolaan, dan penerbitan paspor produk digital bagi perusahaan dari berbagai sektor dan skala usaha dalam 40 bahasa. Antarmuka pengguna Transpareo Time Machine bersifat open source.

Saat ini, portal tersebut telah sepenuhnya memenuhi persyaratan Peraturan Uni Eropa tentang Desain Ramah Lingkungan terkait paspor produk digital, serta standar-standar yang diselaraskan sebagaimana disebutkan dalam Keputusan Pelaksanaan (UE) 2026/1736 tanggal 15 Juli 2026. Data sudah dapat dicatat dan paspor produk digital sudah dapat digunakan mulai saat ini.

- **Kontak media:** Günter Reichelt, Ketua Dewan Direksi, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Kantor pusat:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Swiss
- **Portal DPP:** transpareo.com

Transpareo® dan Transpareo Time Machine® adalah merek dagang terdaftar milik Transpareo AG. Hak Cipta 2026 Transpareo AG.

Hak Cipta 2026 Transpareo AG, Zug, Swiss - transpareo.com