



L A P O R A N A N A L I S I S  
**INTELIJEN BISNIS**  
Produk Rempah-Rempah

**HS 09.04, 09.06, 09.07, 09.08** Lada dari genus Piper; buah dari genus Capsicum atau dari genus Pimenta yang dikeringkan atau dihancurkan atau ditumbuk, kayu manis dan bunga kayu manis, cengkeh (utuh, bunga dan tangkai), biji pala, bunga pala dan kapulaga.

## Daftar Isi

1.	BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1.	TUJUAN.....	3
1.2.	METODOLOGI .....	3
1.3.	BATASAN PRODUK .....	3
1.4.	GAMBARAN UMUM PERSATUAN EMIRAT ARAB .....	4
2.	BAB II PELUANG PASAR .....	10
2.1.	TREN PRODUK .....	10
2.2.	STRUKTUR PASAR .....	14
2.3.	SALURANAN DISTRIBUSI .....	17
2.4.	PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA .....	19
3.	BAB III PERSYARATAN PRODUK .....	20
3.1.	KETENTUAN PRODUK .....	20
3.2.	KETENTUAN PEMASARAN .....	24
3.3.	METODE TRANSAKSI .....	24
3.4.	INFORMASI HARGA .....	25
3.5.	KOMPETITOR .....	32
4.	BAB IV KESIMPULAN .....	33
5.	BAB V LAMPIRAN .....	34
5.1.	DAFTAR IMPORTIR .....	34
5.2.	DAFTAR PAMERAN .....	36
5.3.	SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA .....	37

## **1. BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. TUJUAN**

Memberikan informasi mengenai karakteristik pasar, tren produk, kisaran harga pasar, saluran distribusi, dan persepsi pasar terhadap produk rempah dari Indonesia serta menyarankan rekomendasi strategi yang cocok untuk memasuki pasar Persatuan Emirat Arab kepada produsen dan eksportir produk rempah di Indonesia.

### **1.2. METODOLOGI**

Metodologi pengambilan data yang diperlukan dalam penyusunan Laporan Intelijen Bisnis Produk Rempah di Persatuan Emirat Arab (PEA) dilakukan dengan dua metode yaitu metodologi pengambilan data sekunder dan data premier. Pengambilan data sekunder dilakukan secara online dengan memanfaatkan situs-situs terkait. Sedangkan data premier diambil dengan metode survey pasar dan wawancara terstruktur kepada pelaku pasar termasuk sisi produsen dan konsumen.

Pengambilan data sekunder dilakukan diawal penyusunan laporan sebagai referensi. Lebih jauh lagi, data sekunder juga digunakan untuk menyajikan informasi terkait seperti karakteristik produk, karakteristik pasar, saluran distribusi, ketentuan produk, ketentuan pemasaran, metode transaksi, dan informasi lainnya yang berguna.

Dalam penyusunan Bisnis Intelijen kali ini, pengambilan data premier dilakukan dua kali. Pertama, dilakukan di awal penyusunan dalam bentuk survey langsung kepada konsumen untuk mengetahui merek, jenis, dan beberapa preferensi. Data ini lebih lanjut digunakan sebagai dasar pengambilan data sekunder dan premier tahap kedua. Dalam survey awal, 131 orang berpartisipasi dan menyelesaikan survey. Dari 131 responden, 39,5% berasal dari Asia Selatan, 41% berasal dari Asia Timur, 14% berasal dari Eropa, dan 4% berasal dari Timur Tengah.

Pengambilan data premier tahap kedua, dilakukan melalui survey pasar dengan mengunjungi secara fisik beberapa pasar swalayan terkemuka di daerah Dubai ditambah dengan mengunjungi situs penjualan online beberapa rantai usaha eceran terbesar di Persatuan Emirat Arab. Sebagai tambahan, data premier tahap kedua juga didapatkan melalui wawancara terstruktur terhadap pelaku pasar dari sisi importir secara langsung maupun secara jaringan telepon.

### **1.3. BATASAN PRODUK**

Dalam laporan intelijen ini produk dibatasi dengan hanya memasukan produk rempah yang tergolong dalam kode HS (*Harmonized System*) 09.04, 09.06, 09.07, dan 09.08 yaitu lada dari genus Piper; buah dari genus Capsicum atau dari genus Pimenta yang dikeringkan atau dihancurkan atau ditumbuk, kayu manis dan bunga kayu manis, cengkeh (utuh, bunga dan

tangkai), biji pala, bunga pala dan kapulaga. Untuk lebih jelasnya berikut adalah daftar produk Rempah yang akan menjadi topik pembahasan laporan intelijen kali ini.

**TABEL 1**  
**DAFTAR PRODUK REMPAH**

HS Code	Bahasa Indonesia	Bahasa Inggris
09.04	Lada putih	<i>White pepper</i>
09.04	Lada hitam	<i>Black pepper</i>
09.04	Cabai merah	<i>Red Chillies</i>
09.06	Kayu manis (batang)	<i>Cinnamon (bark)</i>
09.06	Kayu manis (bunga)	<i>Cinnamon (flower)</i>
09.07	Cengkeh	<i>Cloves</i>
09.08	Biji pala	<i>Nutmeg</i>
09.08	Bunga pala	<i>Mace</i>
09.08	Kapulaga	<i>Cardamom</i>

Daftar produk rempah yang dimasukkan kedalam bahasan laporan intelijen kali ini berjumlah sembilan produk. Sedangkan berdasarkan bentuk, rempah dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *grounded* (ditumbuk/halus) dan *whole* (utuh). Sedangkan untuk Cabai, bentuk umum yang beredar dipasaran adalah utuh segar (*fresh*), utuh kering, dan halus.

#### 1.4. GAMBARAN UMUM PERSATUAN EMIRAT ARAB

Persatuan Emirat Arab (UEA) adalah gabungan dari tujuh Emirates yang telah berkembang dari daerah terpencil menjadi salah satu pusat ekonomi paling penting di Timur Tengah. Meskipun secara tradisional konservatif, UEA adalah salah satu negara paling liberal diantara negeri-negara Teluk lainnya, dengan sikap toleransi terhadap kebudayaan dan kepercayaan agama lainnya.

##### Lokasi Geografis

Mengutip dari PEA Annual Book 2016 (National Media Council, 2016), Persatuan Emirat Arab (UEA) merupakan salah satu negara di bagian timur kawasan *Jazirah* (semenanjung besar) Arab yang berada di Asia Barat Daya. Secara geografis (Gambar 4), perbatasan negara ini ialah: sebelah utara dibatasi oleh perairan Teluk Arab atau juga disebut Teluk Persia, sebelah timur dibatasi oleh Kesultanan Oman, sebelah selatan dibatasi oleh Kerajaan Arab Saudi, dan sebelah barat dibatasi oleh Kerajaan Arab Saudi dan perairan Negara Qatar.

**GAMBAR 1**  
**LETAK GEOGRAFIS PERSATUAN EMIRAT ARAB**



Sumber: CIA The World Factbook, 2018.

PEA merupakan negara federasi konstitusional yang terdiri dari tujuh wilayah Emirat (*Emirate*) dimana masing-masing dipimpin oleh seorang *Emir* yang bersama-sama membentuk *Federal Supreme Council*. *Federal Supreme Council* adalah otoritas konstitusional tertinggi di PEA yang juga merupakan otoritas legislatif dan eksekutif tertinggi yang menyusun kebijakan umum dan menyetujui berbagai undang-undang federal. Ketujuh wilayah *Emirate* tersebut adalah: Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm al-Quwain, Fujairah, Ras al-Khaimah, dimana Abu Dhabi merupakan Ibu kota negara.

PEA mencakup wilayah seluas 83,600 km<sup>2</sup>, dimana 87 persennya adalah bagian dari wilayah *Emirate* Abu Dhabi. Sekitar 74 persen lahan UEA merupakan kawasan gurun atau padang pasir, namun ada berbagai macam lanskap seperti bukit pasir merah yang menjulang tinggi, oase alam yang dihiasi dengan pohon palem, pegunungan terjal dan dataran pantai yang datar (*National Media Council, 2016*).

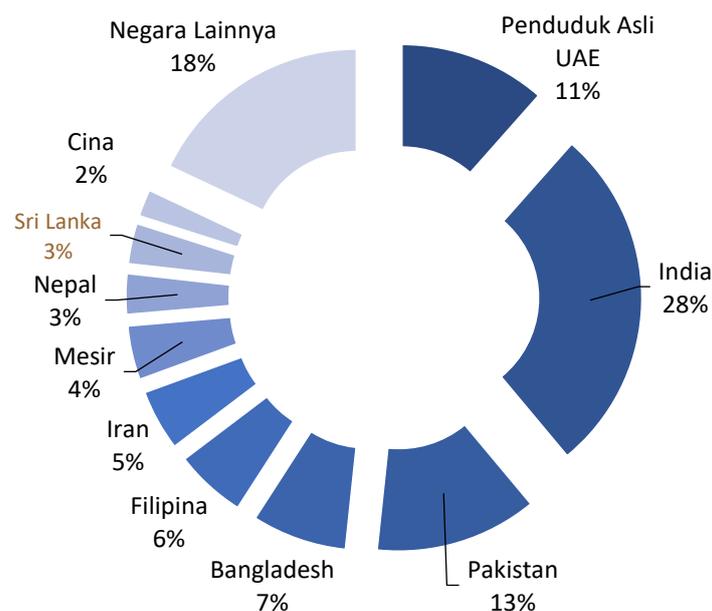
PEA beriklim gurun, yang sejuk di musim dingin (suhu terendah 10-12° C, suhu tertinggi 24-26° C), dan yang panas serta terik selama musim panas (suhu terendah 34-36° C, suhu tertinggi 46-48° C). Rata-rata curah hujan 100 mm per tahun dan umumnya terjadi selama bulan-bulan musim dingin saja (*Climate to travel, 2018*).

## Demografi

Pertumbuhan penduduk di Persatuan Emirat Arab termasuk yang tertinggi di dunia, yaitu 2,37% untuk tahun 2017 (Index Mundi, 2018). Menurut estimasi World Bank yang dipublikasi oleh Global Media Insight (2018a), total populasi yang tinggal di PEA saat ini adalah 9,54 juta jiwa. Dari Total Populasi tersebut, 43% bermukim di wilayah Abu Dhabi, 18% di wilayah Dubai, 16% di wilayah Sharjah, 10% di wilayah Ras Al Khaimah, 7% di wilayah Fujairah, 4% di wilayah Ajman dan 2% di wilayah Umm Al Quwain. Perbandingan komposisi pria dan wanita adalah 72% (6.89 juta jiwa) pria dan 28% (2.65 juta jiwa) wanita. Komunitas ekspatriat melebihi jumlah penduduk asli UEA atau yang disebut Emirati yang jumlahnya sekitar 11.48% total populasi. Persentasi ekpatriat terbesar di UEA berasal dari Negara India yaitu 27.49%, kemudian diikuti oleh penduduk dari Pakistan 12.69%, Bangladesh 7.40%, Filipina 5.56%, Iran 4.76%, Mesir 4.23%, Nepal 3,17%, Sri Lanka 3.17%, Cina, 2.1% dan sisa 17.94% berasal dari negara lainnya (Gambar 5).

GAMBAR 2

### POPULASI PENDUDUK BERDASARKAN ASAL NEGARA



Sumber dari *Global Media Insight* (2018a), diolah oleh ITPC Dubai

## Kondisi Perekonomian

Sejak persatuan ketujuh Emirat tahun 1970-an dan ledakan produksi dan ekspor minyak yang kebetulan terjadi bersamaan dengan periode harga minyak global yang meroket tahun 1980-an, negara ini telah mengalami perkembangan ekonomi yang sangat pesat dimana dari wilayah

kerajaan kecil di padang pasir, kini menjadi negara modern dengan standar hidup yang tinggi. Pemerintah telah meningkatkan pengeluaran untuk penciptaan lapangan pekerjaan dan perluasan infrastruktur dan membuka utilitas untuk keterlibatan sektor swasta yang lebih besar. Zona perdagangan bebas (Free Zone) PEA yang menawarkan 100% kepemilikan asing dan nol pajak menjadi daya tarik bagi investor asing.

Ketergantungan PEA pada minyak merupakan tantangan jangka panjang yang signifikan. Kondisi harga minyak yang rendah sejak pertengahan 2015 telah mendorong PEA untuk memotong pengeluaran. Pemerintah mengurangi subsidi bahan bakar, listrik dan air pada bulan Agustus 2015, dan telah memperkenalkan beacukai dan pajak pertambahan nilai sebesar 5% mulai 1 Januari 2018.

Meski masih sangat bergantung pada pendapatan minyak, keberhasilan upaya diversifikasi ekonomi telah meningkatkan porsi GDP dari sektor non minyak dan gas menjadi 70% dan diharapkan menjadi 80% pada tahun 2020 (Al Hashimi, 2018). Sektor ekonomi PEA merupakan yang paling beragam diantara negar-negara *Gulf Cooperation Council* (GCC) lainnya.

Masing-masing dari tujuh Emirat memiliki kondisi dan prioritas ekonomi yang berbeda, namun tetap sejalan dengan strategi pembangunan berdasarkan *UAE Vision 2021*. Sementara Abu Dhabi memegang sebagian besar cadangan minyak dan gas negara dan mengendalikan sebagian besar tabungan nasional, Dubai bertindak sebagai pusat komersial negara. Pertumbuhan ekonomi domestik akan terus didorong oleh kedua emirat ini, dimana Dubai menarik investasi asing dalam jumlah besar melalui *World Expo 2020* yang saat ini diundur dan sedang dipersiapkan untuk tahun 2021. Sedangkan, Abu Dhabi menyuntikkan lebih banyak dana ke dalam bidang infrastruktur.

**TABEL 2**  
**INDIKATOR PERTUMBUHAN EKONOMI**

Main Indicators	2015	2016	2017	2018	2019
<b>GDP</b> (Milyar USD)	357,95	348,74	378,66e	400,90	422,89
<b>GDP</b> (Constant Prices, Annual % Change)	3,80	3,00	1,30	3,40	3,20
<b>GDP per Capita</b> (USD)	37.361	35,384	37,346	38,436	39,342
<b>General Government Gross Debt</b> (in % of GDP)	18,70	20,71	20,73	20,83	20,80
<b>Inflation Rate</b> (%)	4,10	1,80	2,10	2,90	2,30
<b>Current Account</b> (billions USD)	16,66	8,41	7,88	8,46	10,70
<b>Current Account</b> (in % of GDP)	4,70	2,40	2,10	2,10	2,50

(e) : Data estimasi

Sumber: IMF – *World Economic Outlook Database (Societe Generale, 2018)*

**TABEL 3**  
**SEKTOR INDUSTRI UTAMA EKONOMI**

Breakdown of Economic Activity By Sector	Agriculture	Industry	Services
<b>Employment By Sector</b> (in % of Total Employment)	3.5	21.1	75.4
<b>Value Added</b> (in % of GDP)	0.8	40.4	58.8
<b>Value Added</b> (Annual % Change)	4.3	4.1	1.9

Sumber: World Bank (*Societe Generale*, 2018)

**TABEL 4**  
**NILAI EKSPOR-IMPOR 2012-2016**

Foreign Trade Indicators	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Imports of Goods</b> (million USD)	226,000	239,000	250,000	230,000	225,000
<b>Exports of Goods</b> (million USD)	349,000	379,000	375,000	265,000	265,900
<b>Imports of Services</b> (million USD)	62,301	61,157	63,744	65,650	83,213
<b>Exports of Services</b> (million USD)	15,276	20,422	22,982	26,358	63,417
<b>Imports of Goods and Services</b> (Annual % Change)	9	7.5	7.4	-6	11.3
<b>Exports of Goods and Services</b> (Annual % Change)	17.5	6.1	1.8	5.2	6.5
<b>Foreign Trade</b> (in % of GDP)	185.6	185.8	188.1	196.4	205.3
<b>Imports of Goods and Services</b> (in % of GDP)	85.3	85.2	89	96	101.4
<b>Exports of Goods and Services</b> (in % of GDP)	100.3	100.5	99.1	100.4	103.8

Sumber: WTO – World Trade Organisation (*Societe Generale*, 2018)

**TABEL 5**  
**MITRA DAGANG UTAMA EKSPOR-IMPOR 2016**

Main Customers (% of Exports)	2016	Main Suppliers (% of Imports)	2016
India	3.80%	China	8.30%
Iran	3.00%	United States	7.60%
Switzerland	2.50%	India	6.90%
Iraq	1.80%	Germany	4.60%
Oman	1.70%	Japan	3.60%
Saudi Arabia	1.60%	Italy	2.00%
Belgium	1.50%	United Kingdom	1.90%
Hong Kong	1.30%	South Korea	1.80%
China	1.20%	Turkey	1.70%
United States	1.20%	Saudi Arabia	1.70%

Sumber: Comtrade (*Societe Generale*, 2018)

**TABEL 6**  
**PRODUK UTAMA EKSPOR-IMPOR 2016**

298.7 bn USD of products exported in 2016		270.9 bn USD of products imported in 2016	
Petroleum oils and oils obtained from bituminous...	11.00 %	Gold, incl. gold plated with platinum, unwrought...	11.90 %
Gold, incl. gold plated with platinum, unwrought...	5.50%	Diamonds, whether or not worked, but not mounted...	4.60%
Diamonds, whether or not worked, but not mounted...	4.30%	Motor cars and other motor vehicles principally...	4.30%
Articles of jewellery and parts thereof, of...	4.00%	Transmission apparatus for radio-telephony,...	3.40%
Petroleum oils and oils obtained from bituminous...	3.20%	Powered aircraft e.g. helicopters and aeroplanes;...	3.10%
Motor cars and other motor vehicles principally...	1.70%	Articles of jewellery and parts thereof, of...	2.70%
Unwrought aluminium	1.50%	Turbo-jets, turbo-propellers and other gas...	1.90%
Transmission apparatus for radio-atelephony,...	1.20%	Parts of aircraft and spacecraft of heading 8801...	1.40%
Polymers of ethylene, in primary forms	1.10%	Automatic data processing machines and units...	1.00%
Petroleum gas and other gaseous hydrocarbons	1.00%	Petroleum oils and oils obtained from bituminous...	0.90%

Sumber: *Comtrade (Societe Generale, 2018)*

**TABEL 7**  
**JASA UTAMA EKSPOR-IMPOR 2016**

27.2 bn USD of services exported in 2015		24.4 bn USD of services imported in 2015	
Travel	58.90%	Travel	62.05%
Transportation	37.90%	Transportation	33.04%
Government services	3.20%	Government services	4.91%

Sumber: *United Nations Statistics Division (Societe Generale, 2018)*

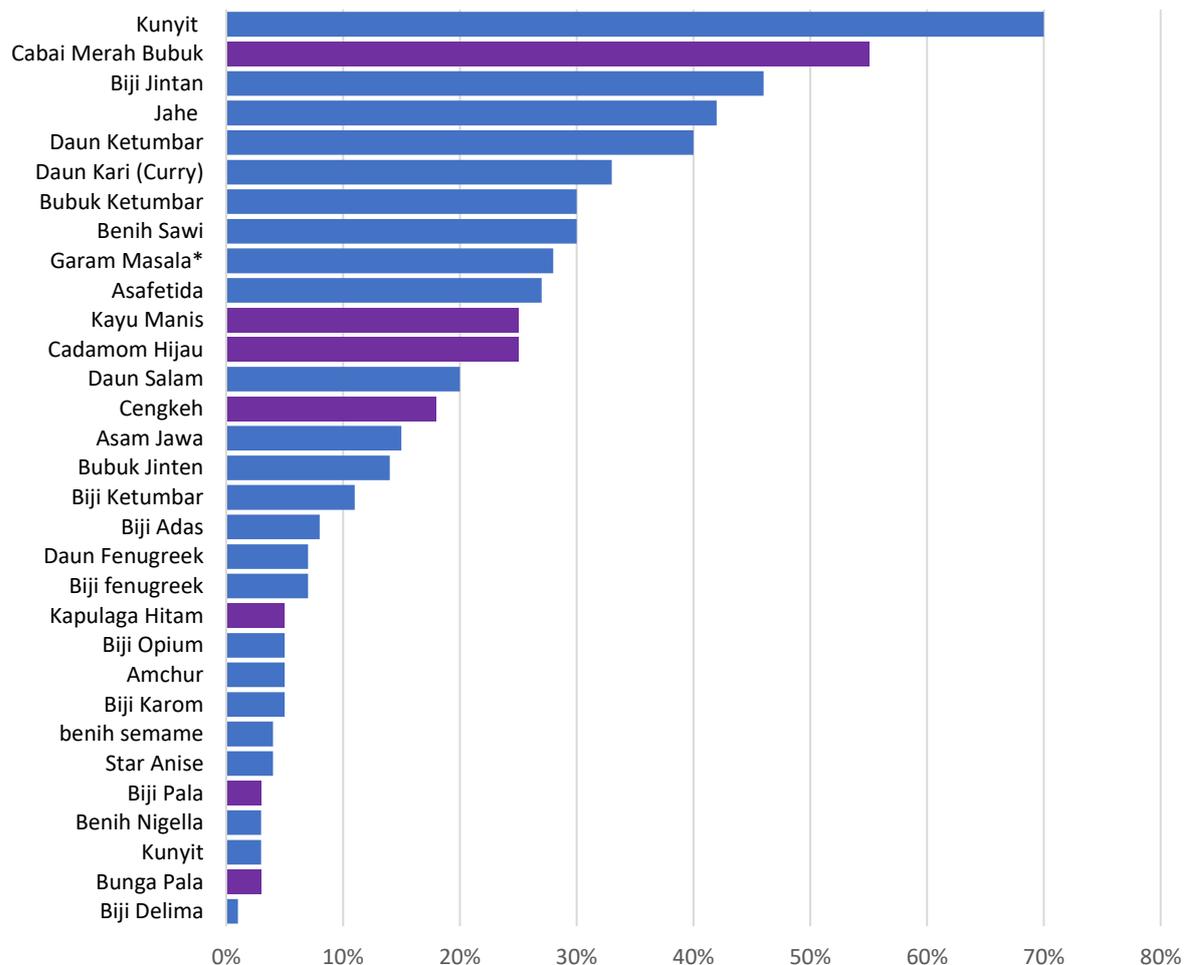
## 2. BAB II PELUANG PASAR

### 2.1. TREN PRODUK

Konsumsi rempah dan cabai di PEA merupakan salah satu yang tertinggi di dunia. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, namun dua hal utama yang mempengaruhi tingginya konsumsi rempah termasuk cabai di PEA adalah preferensi dan kebiasaan dalam rasa penduduk lokal dan pendatang terutama mereka yang berasal dari negara-negara Asia Selatan khususnya India. Penduduk PEA yang berasal dari negara-negara di Asia Selatan saat ini, berjumlah lebih dari 50%. Angka yang berada jauh di atas jumlah penduduk lokal Emirati yang hanya berjumlah 11%.

GAMBAR 3

#### REMPAH YANG PALING SERING DIGUNAKAN DALAM MASAKAN INDIA



Sumber : 2000 resep masakan *Archana's Kitchen* (2020a), diolah oleh ITPC Dubai

Penggunaan rempah di hampir semua hidangan tradisional Emirati secara umum dipengaruhi dengan hubungan kuat PEA dengan India yang terjalin sejak lama. Hubungan yang dimaksud diantaranya hubungan perdagangan dan pemasok tenaga kerja *skilled* ataupun *unskilled*.

Kuatnya perdagangan rempah di PEA ditunjukkan dengan adanya pasar rempah tradisional di Dubai yang lebih dikenal dengan *Spice Souk* yang berdiri sejak awal tahun 1900 dan masih beroperasi hingga saat ini. Spice Souk terletak di Deira yang menjadi jantung perdagangan kota Dubai sejak lama. Dengan perkembangan kota Dubai yang sangat modern, Spice Souk masih terus beroperasi dan menjaga tradisi sebagai pusat perdagangan rempah.

#### GAMBAR 4 SPICE SOUK DI DUBAI



Sumber: *Getty Image*

Di masa perkembangannya, PEA khususnya Dubai dan Abu Dhabi, banyak mendatangkan tenaga kerja luar. Lambat laun, kebiasaan yang dibawa oleh para pekerja tersebut diadopsi oleh penduduk lokal PEA dan mejadi sebuah kebiasaan baru yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari. Dibandingkan dengan makanan tradisional PEA sebelum dan sesudah adanya pengaruh dari India, sangat jauh berbeda.

Selain digunakan untuk bahan makanan, kebiasaan dari penduduk lokal maupun pendatang dari negara-negara Asia Selatan, rempah juga digunakan sebagai bahan campuran untuk minuman

terutama minuman hangat seperti the dan kopi. Rempah yang biasa digunakan sebagai bahan campuran minuman diantaranya kayu manis, cengkeh, dan kapulaga.

Minuman seduh gahwa yang terbuat dari biji kopi hijau dan kapulaga merupakan tradisi yang lekat dalam kehidupan sehari-hari penduduk Emirati. Sedangkan seduhan teh dengan campuran susu dan rempah seperti kayu manis, cengkeh atau kapulaga lekat dengan kebiasaan sehari-hari penduduk yang berasal dari negara-negara di Asia Selatan. Kebiasaan minum gahwa dan teh bisa mencapai dua hingga tiga cangkir sehari.

### Bentuk dan Kemasan

Tidak seperti di Indonesia yang umumnya menggunakan rempah atau cabai utuh, di PEA penggunaan rempah terutama cabai bubuk umum dilakukan. Hal ini bisa dilihat dari referensi pada Gambar 3, Cabai Merah Bubuk menjadi bahan paling umum kedua yang digunakan dalam masakan India.

Sedangkan berdasarkan survey awal, lebih dari 40% responden mengaku lebih sering menggunakan rempah dan cabai bubuk, dan hanya 20% dari responden yang lebih sering menggunakan rempah atau cabai utuh.

Rempah dan cabai yang umumnya dijual di PEA baik di pasar modern atau pasar tradisional terbagi menjadi rempah atau cabai yang sudah dikemas, dan rempah atau cabai yang tidak dikemas (eceran) serta dijual berdasarkan permintaan konsumen (kg/gram). Kemasan yang umumnya beredar berupa kemasan plastik dengan ukuran 200gr – 1 kg atau kemasan botol 300 – 400gr.

**GAMBAR 5**  
**CONTOH KEMASAN PLASTIK DAN BOTOL KAPULAGA BUBUK**



Sumber: *Amazon.ae*, diolah oleh ITPC

Selain penggunaan bubuk rempah terpisah, konsumen rumah tangga juga terbiasa menggunakan campuran rempah dalam bentuk bumbu jadi. Campuran rempah yang digunakan dikenal dengan sebutan bumbu *Masala*. Bumbu *masala* memiliki berbagai jenis campuran dan ramuan, namun pada umumnya menggunakan campuran kayu manis, bunga pala, merica, biji ketumbar, biji jintan, dan kapulaga yang dipanggang dalam wajan untuk melepaskan rasa aromatiknnya, kemudian digiling menjadi bubuk.

**GAMBAR 6**  
**CONTOH BEBERAPA BUMBU MASALA JADI MERK LULU**



Sumber: [www.lulu-brands.com](http://www.lulu-brands.com), diolah oleh ITPC

### Re-ekspor

Selain konsumsi dalam negeri baik konsumsi rumah tangga ataupun konsumsi industri seperti restoran atau hotel. Komoditas rempah merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai re-ekspor tinggi di PEA. Negara-negara yang menjadi tujuan re-ekspor produk rempah dan cabai adalah Oman, Arab Saudi, Yemen, Iran dan negara-negara GCC lainnya. Selain negara-negara GCC, PEA juga kembali mengekspor rempah dan cabai ke beberapa negara Afrika dan sebagian kecil ke negara-negara di Amerika utara dan Eropa.

Berikut adalah daftar nilai impor dan ekspor produk rempah dan cabai masuk dan keluar PEA di tahun 2018.

**TABEL 8**  
**NILAI IMPOR – EKSPOR PRODUK REMPAH PEA TAHUN 2018 (US\$ JUTA)**

HS	Produk	Impor	Ekspor	% Ekspor-Impor
09.04	Lada, Cabai	56,6	30,8	54%
09.06	Kayu manis	9,4	7,4	79%
09.07	Cengkeh	22,6	13,6	60%
09.08 (10)	Biji Pala	7,55	3,95	57%
09.08 (20)	Bunga pala	0,29	0,002	0,6%
09.08 (30)	Kapulaga	83,9	48,1	57%

Sumber: *The Observatory of Economic complexity*, diolah oleh ITP

Dilihat dari data diatas, lebih dari 50% produk rempah dan cabai diekspor kembali keluar PEA. HS 09.08 *Nutmeg, mace dan cardamoms* memiliki nilai impor dan ekspor tertinggi yaitu US\$ 91,7 juta dan US\$ 52,1 juta. Sedangkan HS 09.06 Kayu Manis (*Cinnamon*) memiliki nilai persentase ekspor kembali tertinggi yaitu 79% dan Bunga Pala (*Mace*) memiliki nilai ekspor kembali terendah yaitu 0,6%.

Kegiatan ekspor kembali oleh pelaku pasar PEA diuntungkan dengan kebijakan *free-zone* (zona bebas) yang berlaku di PEA. Zona bebas atau zona perdagangan bebas atau zona ekonomi bebas, adalah area geografis tertentu di mana pajak atau pembatasan tertentu untuk bisnis, pekerjaan atau perdagangan tidak berlaku dengan cara yang sama yang berlaku terhadap perusahaan *onshore*.

Di zona bebas, barang dapat disimpan, dikemas, dirakit, dikonfigurasi ulang atau diekspor kembali tanpa campur tangan pihak pabean. Hal inilah yang menjadi faktor utama berkembangnya kegiatan ekspor kembali di PEA. Namun hal yang perlu diperhatikan adalah, perusahaan zona bebas tidak bisa menjual atau mendistribusikan secara langsung produk ke dalam wilayah PEA.

## 2.2. STRUKTUR PASAR

Pasar rempah di PEA merupakan pasar yang sangat menarik. Walaupun sebelumnya diketahui bahwa lebih dari 50% impor rempah dan cabai ke PEA diekspor kembali, kemudahan menjalankan usaha di PEA serta kualitas kehidupan yang relatif lebih nyaman, membuat PEA menjadi pilihan untuk investor untuk melakukan usaha di PEA dibandingkan negara-negara GCC lainnya seperti Arab Saudi atau Oman.

Pada tahun 2019, *Department of Economic Development Dubai* (Departemen Pembangunan Ekonomi) mengeluarkan laporan yang menyatakan bahwa terdapat 514 perusahaan yang terdaftar di Dubai bergerak dibidang perdagangan rempah. Dari 514 perusahaan yang terdaftar, 375 diantaranya mencatumkan 'jual-beli rempah' sebagai aktifitas usahanya, 132 perusahaan mencatumkan 'pengemasan rempah', dan 7 perusahaan mencatumkan 'pengolahan saus dan rempah'.

Lebih dalam lagi, dari laporan tersebut diketahui bahwa kewarganegaraan India menduduki peringkat pertama dari sepuluh besar kewarganegaraan yang berinvestasi di sektor rempah. Kesembilan kewarganegaraan lainnya adalah Kuwait, Pakistan, Arab Saudi, Mesir, Lebanon, Yordania, AS, Inggris dan Prancis dengan jumlah total investor mencapai 2.642.

Departemen Pembangunan Ekonomi adalah badan pemerintah yang dipercayakan untuk mengatur dan menggerakkan agenda ekonomi di Emirat Dubai. Mereka mendukung penuh transformasi struktural ekonomi Dubai menjadi ekonomi yang berbasis layanan yang terdiversifikasi dan inovatif serta mendukung pertumbuhan sektor-sektor strategis, dan memberikan layanan kepada investor dan bisnis domestik maupun internasional.

**TABEL 10**  
**DATA IMPOR REMPAH DAN KE PERSATUAN EMIRAT ARAB TAHUN 2018**

HS	Produk	Negara Eksportir Terbesar	Persentase nilai Ekspor	Persentase nilai Ekspor Indonesia	Total Nilai Ekspor dalam Jutaan US\$
09.04	Lada, Cabai	Vietnam	49,6%	0,6%	56,6
09.06	Kayu manis	China	72,9%	13,6%	9,4
09.07	Cengkeh	Komoro	24,6%	22,0%	22,6
09.08 (10)	Biji Pala	India	68,6%	16,8%	7,55
09.08 (20)	Bunga pala	Indonesia	51,1%	51,1%	0,29
09.08 (30)	Kapulaga	Guatemala	76,8%	0%	83,9

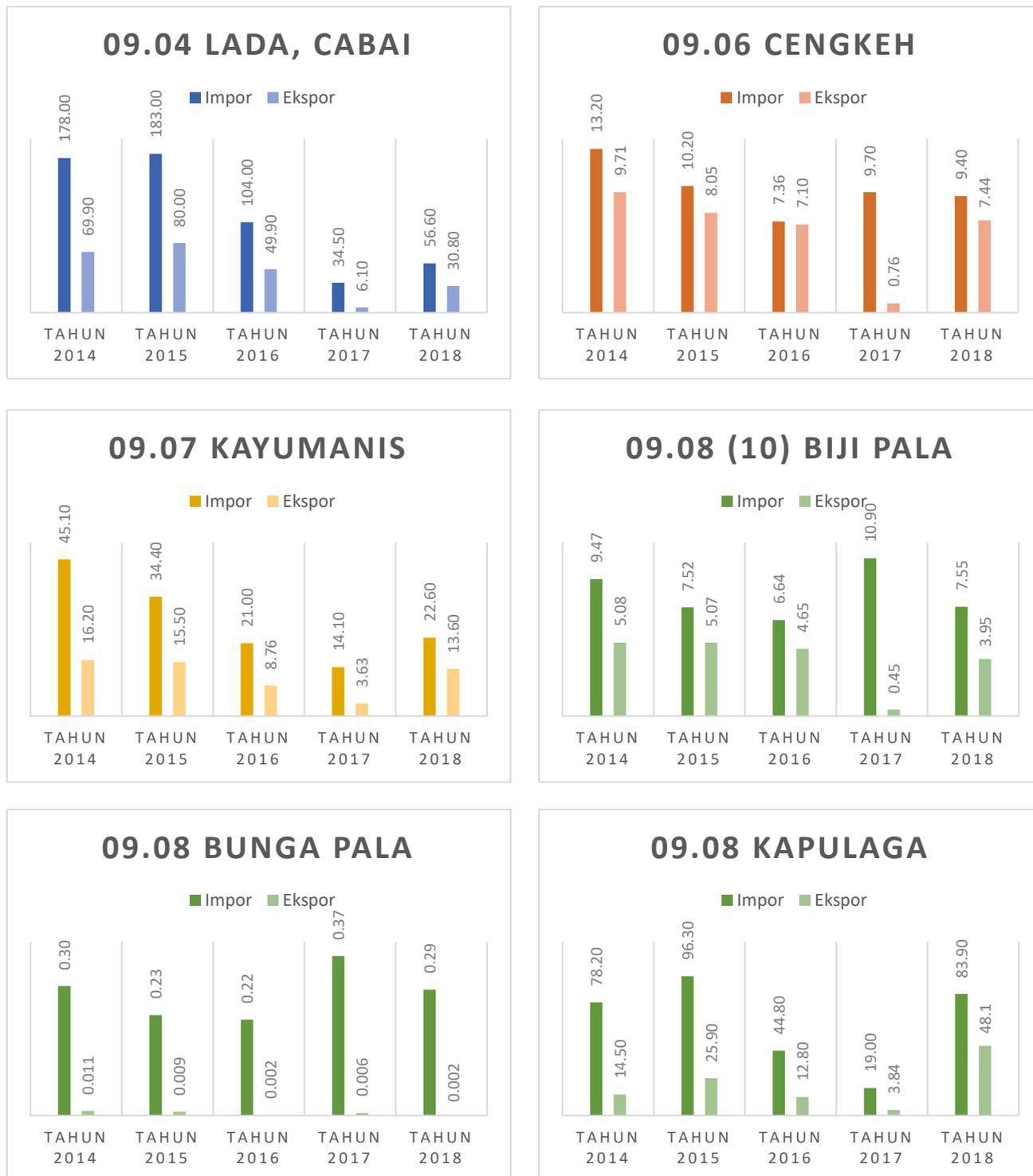
Sumber: *The Observatory of Economic complexity*, diolah oleh ITPC

Berdasarkan data yang diperoleh dari *The Observatory of Economic complexity*, di tahun 2018 Indonesia menjadi negara terbesar pengeksportir Bunga Pala (HS....) dan menempati peringkat kedua negara pengeksportir terbesar ke PEA untuk produk Kayu Manis, Cengkeh dan Biji Pala (HS 09.06, HS 09.07 dan HS 09.08.10). Untuk produk Kayu Manis, persentase negara pengeksportir terbesar ditempati oleh China dengan 72,9% yang terpaut jauh dengan Indonesia walaupun Indonesia merupakan negara eksportir terbesar kedua. Sedangkan untuk produk Cengkeh, negara pengeksportir terbesar adalah Komoro dengan persentase 24,6%, terpaut 1,4% dari Indonesia. Untuk cabai dan kapulaga, pasar didominasi oleh produk dari Vietnam dan Guatemala, sedangkan Indonesia hanya mengeksportir kurang dari 1% untuk produk cabai dan 0% untuk kapulaga.

Pemerintah PEA sendiri termasuk Dubai, mendorong kegiatan ekspor kembali sebagai salah satu usaha mendiversifikasi kegiatan ekonomi selain minyak dan gas alam untuk stabilitas peningkatan GDP dimasa depan. Hal ini membuat kegiatan pengemasan rempah atau cabai di PEA meningkat yang juga didorong dengan standar kualitas dan higienitas sehingga produk rempah dan cabai ekspor kembali dari PEA dapat bersaing di pasaran global.

Pemerintah PEA sendiri termasuk Dubai, mendorong kegiatan ekspor kembali sebagai salah satu usaha mendiversifikasi kegiatan ekonomi selain minyak dan gas alam untuk stabilitas peningkatan GDP dimasa depan. Hal ini membuat kegiatan produksi serta pengemasan rempah atau cabai di PEA meningkat, yang didorong dengan standar kualitas dan higienitas produksi dan pengemasan sehingga produk rempah hasil produksi dan pengemasan dalam negeri PEA dapat bersaing di pasaran global.

**GAMBAR 8**  
**TREND EKSPOR IMPOR PRODUK REMPAH 2014 - 2018 (US\$ JUTA)**



Sumber: *The Observatory of Economic complexity*, diolah oleh ITPC

### 2.3. SALURAN DISTRIBUSI

Cara paling umum untuk memasarkan dan mendistribusikan barang atau jasa di PEA adalah melalui agen komersial. Kebanyakan eksportir berpendapat lebih menguntungkan untuk menunjuk agen komersial atau mitra yang berbeda di setiap Emirate walaupun pada praktiknya memiliki angen tunggal untuk seluruh PEA lebih mudah untuk dilakukan. Beberapa agensi dan distributor juga dapat ditunjuk untuk menangani beragam lini produk dan/atau layanan.

Mendirikan perusahaan agen komersial sendiri adalah alternatifnya. Berdasarkan hukum yang berlaku di PEA, ada beberapa jenis badan usaha komersial yang bisa di dirikan secara langsung untuk mereka yang ingin memiliki kuasa penuh atas aktivitas usaha di PEA. Sedangkan untuk syarat pendirian, terhitung tanggal 1 Desember 2020 setiap perusahaan perseroan terbatas yang didirikan di PEA tidak lagi harus memiliki satu atau lebih mitra nasional PEA yang memiliki setidaknya 51 persen dari modal perusahaan. Dengan kebijakan yang baru warga negara asing kini bisa memiliki 100% kepemilikan perusahaan *onshore*. Alternatif lainnya, kepemilikan 100 persen perusahaan dapat dilakukan di wilayah *free zone* (zona bebas) yang tersebar di masing-masing Emirat.

Selanjutnya untuk sampai kepada konsumen baik konsumen rumah tangga ataupun konsumen industri, produk rempah disalurkan melalui beberapa saluran distribusi ritel tradisional seperti jaringan ritel, *co-operatives stores*, *speciality stores*, *independent retailers*, maupun *online stores*. Selain menjual produk rempah dari produsen dan merek mitra, umumnya saluran distribusi yang disebutkan diatas memiliki merk dan kemasan sendiri.

#### Jaringan Ritel

Beberapa jaringan ritel terbesar di PEA diantaranya Carrefour, Lulu, Spinneys, Choitram, Westzone, Waitrose, Al Maya, Viva, dan Wemart. Masing-masing jaringan ritel memiliki segmen pasar dan *positioning* masing-masing.

Carrefour adalah salah satu jaringan *hypermarket* terbesar di PEA dikelola oleh grup Majid Al Futtaim, memiliki 28 *hypermarket* dan 43 supermarket dan beberapa *convenience stores*. Seperti halnya di Indonesia Carrefour membidik pasar secara umum.

Lulu adalah bisnis yang didirikan pertama kali di PEA dan kini telah memasuki pasar internasional. Dioperasikan oleh Emke Group. Di PEA, Lulu memiliki sekitar 177 toko. Tidak seperti Carrefour, seringkali *hypermarket* Lulu berada di bangunan milik sendiri, dengan beberapa restoran dan tempat makan yang menjadi sebagai bagian dari kompleks perbelanjaan. Lulu lebih membidik komunitas ekspatriat dari India dengan pilihan produk dengan harga yang relatif lebih murah. Berdasarkan laporan yang di keluarkan *Statista* tahun 2014, Lulu merupakan jaringan ritel yang memiliki pangsa pasar terbesar di PEA.

Westzone mengoperasikan sekitar 46 supermarket di wilayah PEA, dengan fokus melayani konsumen di lingkungan tempat mereka beroperasi. Jadi, jika dalam lingkungan tersebut populasi

ekspatriat Filipina lebih tinggi daripada yang lainnya, Westzone dilokasi tersebut akan menyediakan lebih banyak produk yang disukai oleh ekspatriat dari Filipina.

Spinneys dan Waitrose keduanya membidik pasar premium dengan pilihan produk dengan harga lebih tinggi dibandingkan jaringan ritel lainnya. Hal ini disebabkan pilihan produk yang umumnya menghadirkan produk dengan merek premium yang berasal dari Eropa. Kedua jaringan ritel ini membidik konsumen ekspatriat dari Eropa dan Amerika dengan konsep target konsumen komunitas seperti Westzone.

Choitram merupakan salah satu jaringan ritel tertua di PEA. Saat ini Choithrams memiliki sekitar 39 toko dengan lima toko beroperasi 24 jam. Beberapa tahun terakhir, Choitram mengalami perubahan dengan melakukan *re-branding* dan renovasi toko-tokonya yang tersebar di PEA.

### **Co-operatives Stores**

*Co-operative stores* atau toko koperasi UEA memiliki beberapa 'komunitas koperasi' yang menawarkan produk dengan potongan harga kepada warga negara PEA. Union Coop, yang beroperasi di Dubai merupakan yang terbesar, dengan 17 cabang. *Co-operative stores* lainnya yang juga tak kalah adalah *Emirates Cooperative* dan *Sharjah Cooperatives*.

### **Independent Retailers dan Specialty Stores**

Selain chain stores terdapat banyak toko yang berdiri sendiri. Kebanyakan mereka berbentuk *convenience store* yang menawarkan kenyamanan lokasi yang dekat dan pengiriman lokal dengan radius hingga 1 km. *Specialty store* yang menjual khusus rempah biasanya menjalankan bisnisnya secara tradisional. Mereka menawarkan rempah yang dijual secara grosir atau eceran. Umumnya jenis toko seperti ini terkonsentrasi di wilayah pasar tradisional seperti di *Spice Souk* Dubai.

### **Online Stores**

Dua *online stores* terbesar di PEA adalah Amazon.ae dan Noon.com. Keduanya menawarkan *market place* untuk menjual berbagai barang termasuk bahan makanan. Selain itu, hampir semua jaringan ritel di PEA memiliki toko online sendiri. Seperti Carrefour, Lulu, Choitram, Westzone, Spinneys, Waitrose dan lainnya kini menawarkan produknya secara online dengan layanan pengiriman ke rumah. Dua *online stores* yang fokus kepada makanan seperti buah dan sayuran segar yang saat ini sedang tumbuh adalah Kibsons.com dan Barakatfresh.ae

## **2.3.2 Mendirikan Badan Usaha di Zona Bebas atau Free Zone PEA**

Zona bebas atau zona perdagangan bebas atau zona ekonomi bebas, adalah area geografis tertentu di mana pajak atau pembatasan tertentu untuk bisnis, pekerjaan atau perdagangan tidak berlaku dengan cara yang sama yang berlaku terhadap perusahaan *onshore*.

Mendirikan bisnis di zona bebas cocok untuk investor yang tidak ingin bermitra dengan warga negara PEA atau tidak tahu warga negara ataupun agen PEA mana pun untuk bermitra. Zona bebas

menawarkan 100% kepemilikan asing. Di zona bebas, barang dapat disimpan, dikemas, dirakit, dikonfigurasi ulang atau diekspor kembali tanpa campur tangan pihak pabean.

### **Manfaat**

- 100 persen impor dan ekspor pembebasan pajak
- 100 persen repatriasi modal dan laba
- Tidak ada pajak perusahaan
- Tidak ada pajak penghasilan pribadi
- Tidak ada pajak impor / ekspor

Keuntungan mendirikan perusahaan *freezone* selain persyaratan yang relatif mudah, cepat, dan kepemilikan asing 100%, perusahaan *freezone* dapat melakukan aktivitas ekspor kembali tanpa harus membayar biaya kepabeanan. Perusahaan *freezone* lebih menguntungkan untuk mereka yang fokus kepada kegiatan ekspor kembali. Sedangkan, kekurangan dari perusahaan *freezone* adalah keterbatasannya untuk menjual dan mendistribusikan produk ke pasar lokal PEA secara langsung.

## **2.4. PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA**

Secara umum produk-produk *made in Indonesia* atau produk-produk asal Indonesia terutama makanan memiliki pandangan yang positif, terutama dari segi kualitas dan label halal untuk konsumen muslim.

Produk rempah asal Indonesia terkenal dengan kualitasnya yang prima dan harga yang bisa bersaing. Oleh karena itulah rempah asal Indonesia hampir mendominasi pasar rempah di PEA. Rempah yang paling terkenal dari Indonesia adalah Biji Pala, Cengkeh dan Kayu Manis. Biji Pala dari Indonesia tidak hanya terkenal di Indonesia tetapi juga dunia sebagai salah satu negara importir Biji Pala terbesar di Dunia dengan aroma, rasa, dan kualitas yang prima.

Dari sisi konsumen, asal produk rempah tidak teralalu menjadi pertimbangan dalam keputusan pemilihan produk rempah. Berdasarkan hasil survey, kebanyakan responden tidak mengetahui dan mempermasalahkan negara asal. Sehingga sulit untuk mendapatkan persepsi yang akurat terhadap produk rempah dari Indonesia. Walaupun pada umumnya mereka lebih memiliki persepsi bahwa produk rempah dari negara mereka adalah yang terbaik, namun secara umum responden memiliki kecenderungan persepsi yang positif terhadap produk rempah dari Indonesia.

### 3. BAB III PERSYARATAN PRODUK

#### 3.1. KETENTUAN PRODUK

##### Kebijakan Impor Produk Rempah

Dibanding wilayah Emirat lain, Dubai, Abu Dhabi, dan Sharjah adalah titik masuk utama untuk produk pangan impor, berdasarkan urutan volume dan nilai perdagangannya. Masing-masing *municipalities* (pemerintah kota) tiap emirat membawahi Departemen Kesehatan yang bertanggung jawab untuk menegakkan standar keamanan pangan federal pada makanan yang diproduksi dan diimpor secara lokal melalui bagian *Food Control Authority* (Otoritas Pengendalian Makanan).

Produk rempah sendiri masuk kedalam kategori produk pangan (produk pertanian-ternak-makanan olahan). Produk pangan yang diimpor dan diproduksi secara lokal tunduk pada peraturan keamanan pangan dan persyaratan pelabelan yang sama. Sebagian besar otoritas keamanan pangan PEA bekerja sama dengan importir makanan setempat yang terdaftar oleh Kementerian Ekonomi PEA untuk memastikan bahwa impor makanan dan pertanian tidak terlalu mengganggu atau tertunda di pelabuhan masuk.

Di antara ke-7 emirat PEA, hanya Emirat Dubai yang mengharuskan semua produk makanan yang diimpor melalui titik masuk mereka didaftarkan dan labelnya telah disetujui sebelumnya oleh departemen kesehatan setempat. Tabel 17. menjelaskan prosedur yang perlu dilakukan sebelum melakukan aktivitas impor bahan makanan di Dubai.

**TABEL 11**  
**PROSEDUR IMPOR BAHAN MAKANAN**

Prosedur untuk Produk Makanan	Prosedur untuk Perusahaan
<p><b>Registrasi <i>Food Import Re-Export System</i> (FIRS)</b></p> <p>Mengajukan permohonan registrasi makanan dan penilaian label makanan kepada FIRS melalui situs web <i>Dubai Municipality</i> (DM) (<a href="http://www.dm.gov.ae">www.dm.gov.ae</a>)</p>	<p><b>Mendapatkan lisensi perdagangan</b></p> <p>Penerima barang harus memiliki lisensi perdagangan (<i>trade licence</i>) dari dikeluarkan oleh otoritas lisensi pemerintah di PEA. Lisensi ini menentukan produk yang diimpor, serta aktivitas pemegang lisensi (misalnya importir, perusahaan konstruksi dll)</p>
<p><b>Persetujuan label makanan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Memastikan kepatuhan label dengan standar &amp; peraturan (Lihat Bab 2.3.2 Persyaratan mutu, label, dan kemasan produk) untuk menerima persetujuan dari DM bagian <i>Food Studies &amp; Planning</i> (<i>Food Control Services Department</i>)</li> </ul>	<p><b>Registrasi perusahaan di E-Government</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengirimkan aplikasi elektronik melalui situs web DM (<a href="http://www.dm.gov.ae">www.dm.gov.ae</a>) dan mendapatkan <i>registration request number</i></li> </ul>

<p><b>Registrasi <i>barcode</i> produk makanan</b></p>	<p><b>Aktivasi layanan FIRS &amp; perwakilan perusahaan</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melampirkan gambar label makanan saat aplikasi elektronik</li> <li>• Jika label tidak tersedia, sampel produk dapat diserahkan ke Kantor Pusat DM Karama bagian <i>Food Studies &amp; Planning (Food Control Services Department)</i></li> </ul>	<p>Perwakilan perusahaan datang ke loket e-government di kantor DM Karama untuk menyerahkan copy lisensi perdagangan, <i>registration request number</i>, rincian kontak (telp, fax, email, PO BOX) dan stempel resmi perusahaan</p>
<p><b>Uji Laboratorium</b></p>	<p><b>Deposit</b></p>
<p>Uji lab produk makanan (biaya ditanggung perusahaan penerima/importir) oleh Dubai Central Food Laboratory atau laboratorium terakreditasi internasional di dunia untuk memastikan makanan sesuai untuk konsumsi manusia.</p>	<p>Pembayaran sebesar 15.000 Dirham untuk jumlah pengiriman yang tidak terbatas harus dibayar dengan uang tunai ke Kantor Pusat DM di Karama, Dubai</p>

**Dokumen yang perlu diserahkan bersamaan dengan barang yang diimpor:**

1. Sertifikat kesehatan (asli) dari otoritas kesehatan pemerintah di negara asal
2. *Packing list*
3. Sertifikat halal (asli) untuk produk hewani keluaran organisasi Islam yang disetujui oleh *Ministry of Climate Change and Environment of PEA*

**Kantor untuk Persetujuan Label Makanan dan Pendaftaran Perusahaan:**

- 1) Karama Municipality Center – Tel. 3374800
- 2) Al Towar Municipality Center – Tel. 2808000

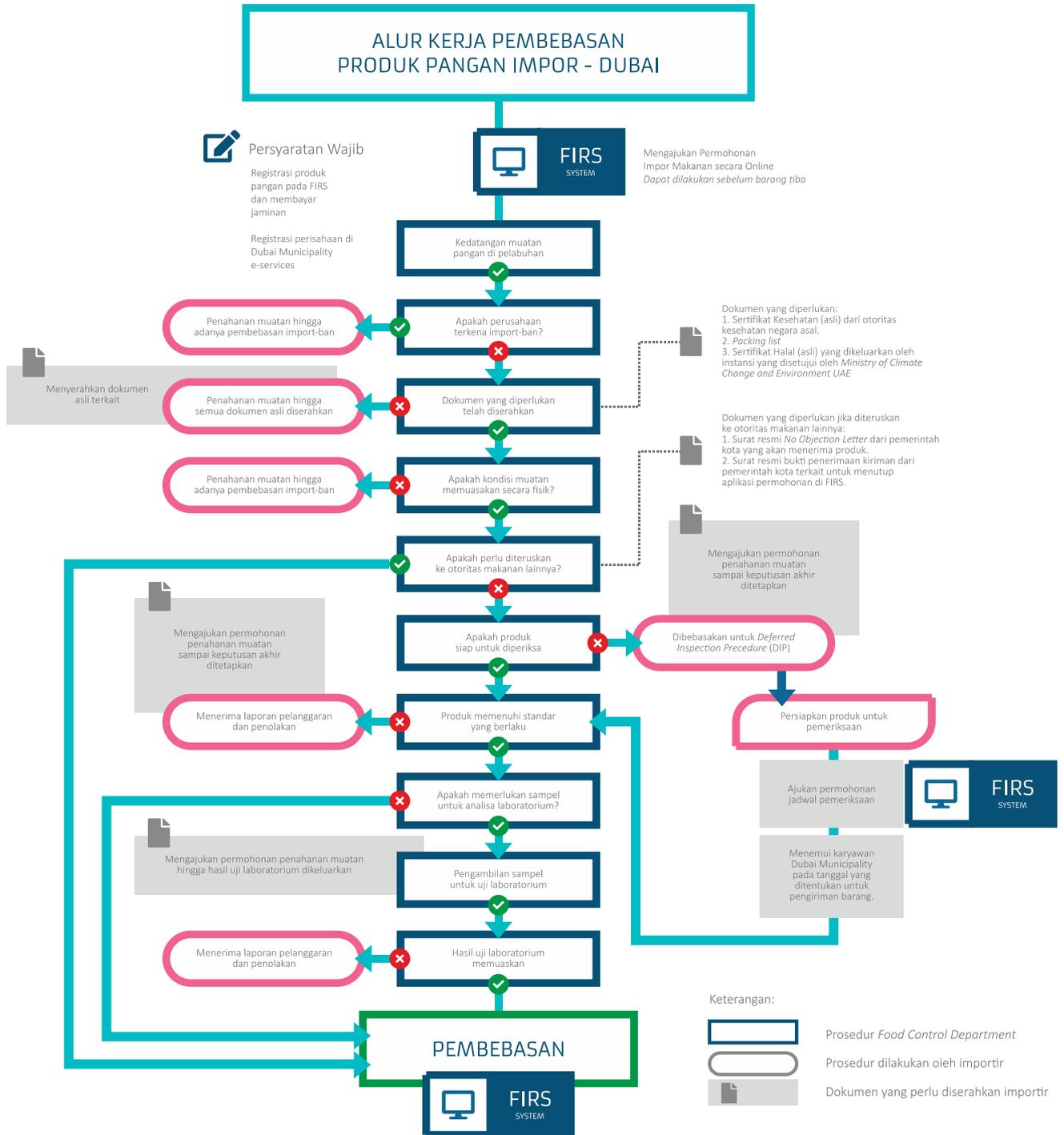
**Kantor untuk registrasi produk pangan:**

- 1) Karama Municipality Center – Tel. 3374800
- 2) Dubai Flower Center – Tel. 2163485
- 3) EK Mega Terminal – Tel. 2163372
- 4) Jebel Ali Port Gate 3 – Tel. 8818675 ext. 218

Sumber: *Dubai Municipality (2018)* diterjemahkan oleh ITPC

Setelah perusahaan dan produk pangan terdaftar dan mendapat persetujuan perlabelan, import produk pangan dapat dilakukan. Gambar 8. menunjukkan alur kerja pembebasan produk makanan impor ketika tiba di PEA (*Dubai Municipality, 2018*). Ketika muatan dikirimkan, pihak eksportir harus memberi importir beberapa dokumen, yaitu: *Bill of lading* (asli), *commercial invoice* (rincian jumlah total, deskripsi barang dan nilai total setiap barang), *packing list* (metode pengepakan dan kode HS), *certificate of origin* (menyatakan asal produk pangan yang disetujui oleh Kamar Dagang dan Industri negara asal). Setelah mendapatkan jadwal kedatangan barang impor, pihak importir menyerahkan *Bill of lading* ke Agen Pengiriman untuk mendapatkan *Delivery Order*. Pihak importir harus menyelesaikan *custom clearance* sebelum tanggal kadaluarsa *Delivery Order*. Pihak importir menyerahkan pengajuan penerbitan deklarasi impor kepada *PEA Customs clearance* melalui situs web [www.dubaitrade.ae](http://www.dubaitrade.ae) dan pembayaran bea cukai sebesar 5% dari total Biaya, Pengangkutan, dan Asuransi (untuk pengiriman diatas 1000 Dirham) dapat dilakukan secara elektronik menggunakan CDR account, atau kartu debit atau kartu kredit. Perlu diketahui juga, secara teoritis pedagang tidak perlu membayar bea cukai lagi untuk mengambil barang melintasi perbatasan ke negara GCC lain.

**GAMBAR 9**  
**ALUR KERJA PEMBEBASAN PRODUK MAKANAN IMPOR**



Sumber: Dubai Municipality (2018) diterjemahkan oleh ITPC

## Persyaratan Mutu, Label, dan Kemasan Produk Rempah di PEA

Badan yang berkompetensi mengatur masalah standarisasi untuk negara-negara yang tergabung dalam *Gulf Cooperation Council (GCC)* adalah *GCC Standardization Organization (GSO)*. Komite standar pangan GSO telah bekerja untuk menyelaraskan standar-standar pangan GCC yang ada di dalam pedoman Codex Alimentarius, ISO dan organisasi internasional lainnya. Negara anggota GCC mengontrol produk di pasar mereka melalui regulasi yang disebut *Technical Regulations*. Untuk PEA, *The Emirates Authority for Standardization and Metrology (ESMA)* adalah badan yang bertanggung jawab, dalam kerjasama dengan anggota GSO lainnya, baik untuk mengembangkan atau mengadopsi semua standar. Kementerian Perubahan Iklim dan Lingkungan PEA (*PEA Ministry of Climate Change and Environment*) adalah badan bertanggung jawab untuk menetapkan dan menegakkan peraturan keamanan pangan dan undang-undang berdasarkan rekomendasi dari GSO dan *The Food Control Department* tiap *emirates*.

### Persyaratan Label

*The Gulf Standardization Organization (GSO)* menetapkan kerangka kerja untuk persyaratan pengemasan dan pelabelan produk pangan yang masuk ke PEA. Persyaratan teknis GSO 9/2013 untuk ekspor produk pangan menyatakan bahwa setiap label makanan harus memuat hal-hal berikut (*Food Control Department, 2013*):

1. Nama merk.
2. Nama Produk (uraian singkat tentang produk makanan).
3. Bahan makanan (disusun dalam urutan menurun sesuai dengan berat atau volume).
4. Tanggal produksi & kedaluwarsa semua produk (kecuali yang dibebaskan dari menampilkan validitas atau tanggal kedaluwarsa).\*
5. Nama produsen makanan, pengemas, distributor atau importir.
6. Berat atau volume bersih.
7. Negara Asal harus dinyatakan dengan jelas dan harus spesifik.
8. *Barcode* produk.
9. Nomor Lot.
10. Label harus dalam bahasa Arab. Stiker yang disetujui dapat digunakan untuk menampilkan terjemahan label makanan ke dalam Bahasa Arab yang berisi artikel nomor 2, 3, 7, 11, 13, dan 14.
11. Kondisi penyimpanan (jika validitas produk tergantung pada kondisi tersebut).  
Menyebutkan bahan-bahan yang dapat menyebabkan hipersensitivitas (Informasi apakah makanan mengandung alergen juga harus mudah terlihat dari label).
12. Instruksi untuk menggunakan produk (jika diperlukan)
13. Menampilkan informasi gizi (jika diperlukan)

## Peraturan Kemasan

Secara umum, persyaratan mengenai kemasan makanan di PEA mengacu pada standar regulasi GSO 839/1997, dimana kemasan makanan harus bersih dan 'food grade' (tidak mengandung substansi yang berpindah ke makanan dan menimbulkan bahaya bagi kesehatan manusia). Label makanan juga harus sulit untuk dihapus atau dipalsukan dan informasi yang dikandungnya harus jelas dan mudah dibaca.

### **3.2. KETENTUAN PEMASARAN**

Memasarkan produk atau jasa di PEA secara umum masih menggunakan cara tradisional yaitu dengan menggunakan perantara atau agen yang bertindak sebagai penyalur dari produsen ke konsumen.

Secara budaya, PEA relatif lebih bebas dan tidak konservatif dibandingkan beberapa Negara Teluk lainnya. Bahasa Inggris digunakan secara luas tetapi kepekaan terhadap tradisi lokal dan kepercayaan Islam tetap penting. Penggunaan bahasa Arab dalam kemasan dan iklan tergolong perlu dan efektif (dan terkadang wajib) dalam memasarkan barang-barang ke konsumen.

Gaya bisnis PEA menekankan pada hubungan pribadi dan integritas, meskipun terus ada penekanan pada kualitas, layanan purna jual, persyaratan pemeliharaan dan biaya. Karena hubungan pribadi dikedepankan dalam lingkuan bisnis di PEA, dibutuhkan waktu yang tidak sedikit. Lebih jauh lagi, mengingat bahwa PEA menjadi pasar yang semakin sering dikunjungi produsen dan pemasok, kegiatan menjalin hubungan bisnis tidak bisa dilakukan dari jarak jauh; sebaliknya, berpartisipasi dalam acara pameran dan tatap muka secara langsung dengan mitra potensial menjadi sangat penting.

PEA, dan Dubai pada khususnya, menjadi pusat komersial untuk wilayah timur tengah dan afrika utara. Serangkaian pameran dan konferensi perdagangan biasanya dilakukan dari bulan September hingga Mei. Acara perdagangan ini menarik jumlah peserta pameran yang sangat banyak dari berbagai kawasan di seluruh dunia, memberikan perusahaan internasional kesempatan untuk melihat lebih jauh pasar lokal dan mengevaluasi potensi produk atau layanan mereka sebelum membuat keputusan bisnis. Untuk produk makanan, pameran Gulfood menjadi ajang terbaik bagi para produsen makanan untuk memamerkan produk mereka dan bertemu dengan calon mitra atau pembeli potensial.

### **3.3. METODE TRANSAKSI**

Berikut adalah ketentuan kontrak ekspor impor umum ke PEA namun tidak terikat dan bervariasi dalam penerapannya tergantung dengan pihak yang terkait.

1. Kontrak pengiriman biasanya dibuat berdasarkan *Free-on-board* (FOB) atau *Cost-and-freight* (C&F). Maksud dari FOB sendiri adalah bahwa eksportir (penjual) hanya memiliki

kewajiban untuk membayar biaya pengiriman barang sampai pada pelabuhan terdekat dari gudangnya. Artinya, setelah barang sudah berada di atas kapal, biayanya seperti mencarter dan mengatur jadwal muatan laut dan seterusnya ditanggung oleh importir (penjual). Untuk C & F, eksportir bertanggung jawab atas biaya perjalanan barang sampai pelabuhan tujuan si importir. Biaya tambahan lain seperti asuransi terhadap barang, pajak, dan lainnya untuk dapat mengeluarkan barangnya dari pelabuhan sampai gudang harus ditanggung oleh importir.

2. Satuan harga perdagangan internasional produk rempah atau cabai ditampilkan dalam USD per ton atau kg. Mata uang lainnya tersedia berdasarkan permintaan.
3. Tawar menawar serta kesepakatan perjanjian harga antar importir dan eksportir dapat dilakukan melalui telepon, email, dan media komunikasi lain tanpa harus tatap muka secara langsung karena harga sering mengalami fluktuasi.
4. Biaya asuransi ditanggung oleh importir.
5. Pada saat penulisan kontrak, informasi seperti tanggal atau bulan pengiriman barang, grade produk, harga dan lainnya harus diindikasikan dengan sejelas-jelasnya. Terkadang, eksportir menawarkan komoditas untuk pengiriman hingga enam bulan sebelumnya.

Tata cara pembayaran dari importir kepada eksportir/supplier untuk jumlah kecil melalui TT (*Telegraphic Transfer*) atau jika transaksi dalam jumlah besar umumnya melalui 100% Letter of Credit (LC) yang tidak dapat dibatalkan oleh pembeli. LC dibuka segera setelah pelaksanaan kontrak atau satu bulan sebelum pengiriman. Istilah cara pembayaran LC ini sendiri intinya dokumen pembebasan dari eksportir dititipkan pada bank yang sudah disepakati bersama (terletak di negara tujuan), lalu bank akan memberikan dokumen set pada importir setelah importir memberikan pembayaran pada bank tersebut. Lalu bank akan mengirimkan uang tersebut pada bank milik Penjual.

### **3.4. INFORMASI HARGA**

Refrensi harga diambil dari dua jaringan ritel terbesar di UEA yaitu Carrefour dan Lulu. Data diambil dengan mengunjungi toko ritel secara fisik dan online serta mendata harga yang tercantum ketika laporan ini dibuat. Untuk mempermudah analisa, harga masing-masing produk dikelompokkan berdasarkan bentuk dan kemasan. Masing-masing kelompok juga akan dihitung harga rata-rata per 100 gram dan diurutkan dari harga tertinggi hingga harga terendah. Sayangnya pada saat pendataan tidak ditemukan harga untuk Bunga Pala (*Mace*).

**TABEL 12**  
**DAFTAR HARGA LADA PUTIH HS 09.04**

Sumber	Merek	Bentuk	Kemasan	Berat (gr)	Harga	Harga/100 gr
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	200	19.20	9.60
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Plastik	200	15.40	7.70
Lulu	Bayara	Bubuk	Plastik	200	14.25	7.13
Carrefour	My Choice	Bubuk	Plastik	200	9.00	4.50
Rata-rata per 100 gr						<b>7.23</b>
<b>Bubuk, Hancur, Utuh, Kemasan Botol Plastik</b>						
Carrefour	Mehran	Bubuk	Botol Plastik	100	17.45	17.45
Carrefour	Carrefour	Hancur	Botol Plastik	52	6.30	12.12
Carrefour	Shan	Bubuk	Botol Plastik	200	22.25	11.13
Lulu	Shan	Utuh	Botol Plastik	200	21.25	10.63
Lulu	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	100	10.50	10.50
Carrefour	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	100	9.95	9.95
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Botol Plastik	100	9.20	9.20
Rata-rata per 100 gr						<b>11.57</b>
<b>Kiloan</b>						
Carrefour	Bayara	Bubuk	Kiloan	1000	79.25	7.93
Carrefour	Bayara	Utuh	Kiloan	1000	75.50	7.55
Rata-rata per 100 gr						<b>7.74</b>

Sumber: Lulu, Carrefour Hypermarket diolah oleh ITPC

**TABEL 13**  
**DAFTAR HARGA LADA HITAM HS 09.04**

Sumber	Merek	Bentuk	Kemasan	Berat (gr)	Harga	Harga/100 gr
<b>Bubuk dan hancur, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Mehran	Bubuk	Plastik	100	14.1	14.10
Lulu	Eastern	Bubuk	Plastik	100	10.40	10.40
Carrefour	Majdi	Bubuk	Plastik	80	8	10.00
Lulu	Kitchen Treasures	Bubuk	Plastik	100	9.20	9.20
Carrefour	Eastern	Bubuk	Plastik	170	14.9	8.76
Carrefour	Shan	Bubuk	Plastik	200	16.8	8.40
Carrefour	Bayara	Hancur	Plastik	200	15.65	7.83
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	200	14.8	7.40
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Plastik	200	12.7	6.35
Lulu	Bayara	Bubuk	Plastik	500	31.25	6.25
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	500	30.6	6.12
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Plastik	500	29.5	5.90
Lulu	Lulu	Bubuk	Plastik	200	7.40	3.70
Rata-rata per 100 gr						<b>8.03</b>

Utuh, Kemasan Plastik						
Lulu	Shan	Utuh	Plastik	200	17.90	8.95
Lulu	Eastern	Utuh	Plastik	200	17.50	8.75
Carrefour	Shan	Utuh	Plastik	200	17.3	8.65
Lulu	Kitchen Treasures	Utuh	Plastik	200	16.50	8.25
Carrefour	Bayara	Utuh	Plastik	200	14.8	7.40
Lulu	Lulu	Utuh	Plastik	200	13.50	6.75
Carrefour	Carrefour	Utuh	Plastik	200	12.8	6.40
Carrefour	My Choice	Utuh	Plastik	200	5.75	2.88
Rata-rata per 100 gr						<b>7.25</b>
Bubuk, Kemasan Botol Plastik						
Carrefour	Carrefour	Hancur	Botol Plastik	100	10.9	10.90
Lulu	Lulu	Bubuk	Botol Plastik	150	15.95	10.63
Lulu	Shan	Bubuk	Botol Plastik	200	20.50	10.25
Carrefour	Shan	Bubuk	Botol Plastik	200	20.5	10.25
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Botol Plastik	100	10	10.00
Carrefour	Bayara	Hancur	Botol Plastik	100	9.15	9.15
Lulu	Al Fares	Bubuk	Botol Plastik	250	21.50	8.60
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Botol Plastik	330	16.8	5.09
Carrefour	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	330	16	4.85
Rata-rata per 100 gr						8.86
Utuh, Kemasan Botol Plastik						
Lulu	Lulu	Utuh	Botol Plastik	170	13.75	8.09
Carrefour	Carrefour	Utuh	Botol Plastik	330	16.8	5.09
Carrefour	Bayara	Utuh	Botol Plastik	330	15.2	4.61
Rata-rata per 100 gr						<b>5.93</b>
Utuh, Kemasan Botol Grinder						
Lulu	Bayara	Utuh	Botol Grinder	40	13.95	34.88
Carrefour	Bayara	Utuh	Botol Grinder	45	13.35	29.67
Rata-rata per 100 gr						<b>32.27</b>
Kiloan						
Carrefour	Bayara Organic	Utuh	Kiloan	1000	99.75	9.98
Carrefour	Bayara	Hancur	Kiloan	1000	59.75	5.98
Carrefour	Bayara	Utuh	Kiloan	1000	49.00	4.90
Carrefour	Bayara	Bubuk	Kiloan	1000	45.75	4.58
Rata-rata per 100 gr						<b>6.36</b>
Utuh dan Hancur, Kemasan Botol Kaca						
Lulu	Bayara	Utuh	Botol Kaca	45	9.20	20.44
Lulu	Robertsons	Utuh	Botol Kaca	100	19.95	19.95
Carrefour	Carrefour	Hancur	Botol Kaca	42	6.3	15.00
Carrefour	Natco	Hancur	Botol Kaca	100	11.5	11.50
Rata-rata per 100 gr						<b>16.72</b>

Sumber: Lulu, Carrefour Hypermarket diolah oleh ITPC

**TABEL 14**  
**DAFTAR HARGA CABAI HS 09.04**

Sumber	Merek	Bentuk	Kemasan	Berat (gr)	Harga	Harga/100 gr
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Mehran	Bubuk	Plastik	100	4.6	4.60
Carrefour	Mehran	Bubuk	Plastik	200	7.95	3.98
Carrefour	Bayara Kashmiri	Bubuk	Plastik	200	6.9	3.45
Lulu	Reema	Bubuk	Plastik	200	6.90	3.45
Carrefour	Priya	Bubuk	Plastik	200	6.25	3.13
Lulu	Eastern Kashmiri	Bubuk	Plastik	250	7.75	3.10
Carrefour	Eastern Kashmiri	Bubuk	Plastik	250	7.6	3.04
Carrefour	Majdi	Bubuk	Plastik	85	2.4	2.82
Carrefour	Carrefour Kashmiri	Bubuk	Plastik	200	5.5	2.75
Carrefour	Shan	Bubuk	Plastik	200	5.2	2.60
Lulu	Bayara	Bubuk	Plastik	200	5.20	2.60
Lulu	Eastern	Bubuk	Plastik	250	6.25	2.50
Carrefour	Pran	Bubuk	Plastik	200	4.85	2.43
Carrefour	Melam	Bubuk	Plastik	200	4.75	2.38
Lulu	Kitchen Treasures	Bubuk	Plastik	200	4.75	2.38
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	200	4.5	2.25
Lulu	Saras	Bubuk	Plastik	200	4.50	2.25
Lulu	Eastern	Bubuk	Plastik	500	11.25	2.25
Lulu	Reema	Bubuk	Plastik	400	8.70	2.18
Lulu	Kitchen Treasures	Bubuk	Plastik	400	8.70	2.18
Lulu	Lulu Kashmiri	Bubuk	Plastik	500	10.25	2.05
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	500	9.8	1.96
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Plastik	200	3.75	1.88
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Plastik	500	8.6	1.72
Lulu	Lulu	Bubuk	Plastik	500	7.50	1.50
Rata-rata per 100 gr						<b>2.62</b>
<b>Kering Utuh dan Kering Hancur, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Kering Utuh	Plastik	100	4.5	4.50
Carrefour	Carrefour	Kering Utuh	Plastik	75	3.4	4.53
Carrefour	Bayara	Kering Utuh	Plastik	100	4.15	4.15
Lulu	Lulu Kashmir Chilli	Kering Utuh	Plastik	100	3.95	3.95
Lulu	Reema	Kering Utuh	Plastik	50	3.10	6.20
Lulu	Lulu Indian Chilli	Kering Utuh	Plastik	150	3.70	2.47
Lulu	Bayara	Kering Utuh	Plastik	100	5.00	5.00
Lulu	Eastern	Kering Utuh	Plastik	100	4.40	4.40
Lulu	Lulu Chilli Round	Kering Utuh	Plastik	200	6.20	3.10
Lulu	Reema	Kering Hancur	Plastik	200	7.25	3.63
Lulu	Lulu	Kering Hancur	Plastik	200	5.25	2.63
Lulu	Shan	Kering Hancur	Plastik	200	6.75	3.38

Carrefour	Bayara	Kering Hancur	Plastik	200	5.9	2.95
Carrefour	Majdi	Kering Hancur	Plastik	60	2.45	4.08
Carrefour	My Choice	Kering Utuh	Plastik	50	1.2	2.40
Carrefour	My Choice	Kering Hancur	Plastik	200	4.2	2.10
Rata-rata per 100 gr						<b>3.72</b>
<b>Bubuk, Kemasan Botol Plastik / Dus</b>						
Carrefour	Mehran	Bubuk	Botol Plastik	100	9.25	9.25
Carrefour	Mehran	Bubuk	Dus Kertas	100	7.6	7.60
Carrefour	Carrefour Kashmiri	Bubuk	Botol Plastik	100	7.2	7.20
Carrefour	Shan	Bubuk	Botol Plastik	150	5.95	3.97
Lulu	Lulu	Bubuk	Botol Plastik	150	4.95	3.30
Carrefour	Eastern	Bubuk	Botol Plastik	180	5.6	3.11
Carrefour	Pran	Bubuk	Botol Plastik	225	6.5	2.89
Carrefour	Pran	Bubuk	Botol Plastik	500	12.9	2.58
Lulu	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	330	6.95	2.11
Carrefour	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	330	5.9	1.79
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Botol Plastik	330	5.9	1.79
Rata-rata per 100 gr						<b>4.14</b>
<b>Kering hancur, Kemasan Botol Plastik</b>						
Lulu	Al Fares	Kering Hancur	Botol Plastik	250	25.50	10.20
Lulu	Eastern	Kering Hancur	Botol Plastik	180	5.95	3.31
Carrefour	Bayara	Kering Hancur	Botol Plastik	330	7	2.12
Rata-rata per 100 gr						<b>5.21</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Schwartz	Kering Hancur	Botol Kaca	29	17.80	61.38
Carrefour	Nato	Kering Hancur	Botol Kaca	80	8.3	10.38
Rata-rata per 100 gr						<b>35.88</b>
<b>Utuh Segar, Kemasan Plastik dan Kiloan</b>						
<b>Sumber</b>	<b>Produk Cabai</b>			<b>Harga</b>	<b>Satuan</b>	
Lulu	Bird Chilli Red Thailand 100g			6.95	Per paket	
Spinneys	Thai Mix Chilli 150 gr			11.00	Per paket	
Spinneys	Fire Veggies habanero 50gr			9.50	Per paket	
Choitram	Chilli Red Long Holland			44.5	Per kilogram	
Choitram	Bird Chilli Red Thailand 100g			7.95	Per paket	

Sumber: Lulu, Carrefour Hypermarket, Spinneys, Choitram diolah oleh ITPC

**TABEL 15**  
**DAFTAR HARGA KAYU MANIS HS 09.06**

Sumber	Merek	Bentuk	Kemasan	Berat (gr)	Harga	Harga/100 gr
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Reema	Bubuk	Plastik	200	6.25	3.13
Lulu	Bayara	Bubuk	Plastik	200	5.00	2.50
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	200	4.90	2.45
Carrefour	Carrefour	Bubuk	Plastik	200	3.95	1.98
Lulu	Lulu	Bubuk	Plastik	200	3.75	1.88
Rata-rata per 100 gr						<b>2.39</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Ariya	Utuh	Plastik	100	16.00	16.00
Carrefour	Majdi	Utuh	Plastik	40	3.40	8.50
Lulu	Reema	Utuh	Plastik	50	2.90	5.80
Lulu	Bayara	Utuh	Plastik	100	3.70	3.70
Carrefour	Bayara	Utuh	Plastik	100	3.70	3.70
Carrefour	Carrefour	Utuh	Plastik	100	3.50	3.50
Lulu	Al Fares	Utuh	Plastik	500	13.95	2.79
Lulu	Lulu	Utuh	Plastik	100	2.70	2.70
Rata-rata per 100 gr						<b>5.84</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Utuh	Kiloan	1000	29.50	2.95
Carrefour	Bayara	Bubuk	Kiloan	1000	17.25	1.73
Rata-rata per 100 gr						<b>2.34</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Organic Larder	Bubuk	Botol Kaca	40	7.70	19.25
Carrefour	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	100	5.80	5.80

Sumber: Lulu, Carrefour Hypermarket diolah oleh ITPC

**TABEL 16**  
**DAFTAR HARGA CENGKEH HS 09.07**

Sumber	Merek	Bentuk	Kemasan	Berat (gr)	Harga	Harga/100 gr
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Reema	Utuh	Plastik	50	9.40	18.80
Lulu	24 Mantra Organic	Utuh	Plastik	50	8.95	17.90
Lulu	Kitchen Treasures	Utuh	Plastik	100	13.60	13.60

Lulu	Bayara	Utuh	Plastik	100	12.70	12.70
Carrefour	Bayara	Utuh	Plastik	100	11.15	11.15
Carrefour	Majdi	Utuh	Plastik	75	8.30	11.07
Carrefour	Carrefour	Utuh	Plastik	100	10.20	10.20
Carrefour	Eastern	Utuh	Plastik	100	9.50	9.50
Lulu	Lulu	Utuh	Plastik	100	8.95	8.95
Rata-rata per 100 gr						<b>12.65</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Al Fares	Bubuk	Botol Plastik	250	32.90	13.16
Lulu	Lulu	Utuh	Botol Plastik	100	12.50	12.50
Rata-rata per 100 gr						<b>12.83</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Schwartz	Bubuk	Botol Kaca	22	24.70	112.27
Lulu	Schwartz	Bubuk	Botol Kaca	35	24.70	70.57
Carrefour	Organic Larder	Utuh	Botol Kaca	40	8.90	22.25
Rata-rata per 100 gr						<b>68.36</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Utuh	Kiloan	1000	72.00	7.20

Sumber: Lulu, Carrefour Hypermarket diolah oleh ITPC

**TABEL 17**  
**DAFTAR HARGA BIJI PALA HS 09.08 (10)**

Sumber	Merek	Bentuk	Kemasan	Berat (gr)	Harga	Harga/100 gr
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Utuh	Plastik	200	21.5	10.75
Carrefour	Carrefour	Utuh	Plastik	200	17.2	8.60
Lulu	Lulu	Utuh	Plastik	100	6.90	6.90
Rata-rata per 100 gr						<b>8.75</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Al Fares	Bubuk	Botol Plastik	250	26.80	10.72
Lulu	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	100	8.40	8.40
Carrefour	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	100	7.15	7.15
Rata-rata per 100 gr						<b>8.76</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Schwartz	Bubuk	Botol Kaca	32	15.70	49.06
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Bubuk	Kiloan	1000	69.75	6.98

Sumber: Lulu, Carrefour Hypermarket diolah oleh ITPC

**TABEL 18**  
**DAFTAR HARGA KAPULAGA HS 09.08 (30)**

Sumber	Merek	Bentuk	Kemasan	Berat (gr)	Harga	Harga/100 gr
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Majdi	Utuh	Plastik	80	19.7	24.63
Lulu	Lulu	Utuh	Plastik	100	20.9	20.90
Carrefour	Bayara	Utuh Sedang	Plastik	100	16.65	16.65
Lulu	Lulu Kapulaga Hitam	Utuh	Plastik	100	14.5	14.50
Rata-rata per 100 gr						<b>19.17</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	200	22.4	11.20
Carrefour	Bayara	Bubuk	Plastik	200	22.4	11.20
Carrefour	My Choice	Bubuk	Plastik	200	20.2	10.10
Carrefour	My Choice	Bubuk	Plastik	200	20.2	10.10
Rata-rata per 100 gr						<b>10.65</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Lulu	Lulu	Utuh	Botol Plastik	100	34.95	34.95
Lulu	Al Fares Natural	Bubuk	Botol Plastik	220	69.95	31.80
Lulu	Al Fares	Bubuk	Botol Plastik	80	21.5	26.88
Carrefour	Bayara	Bubuk	Botol Plastik	330	26.45	8.02
Carrefour	Bayara	Utuh	Botol Plastik	330	25.9	7.85
Rata-rata per 100 gr						<b>21.90</b>
<b>Bubuk, Kemasan Plastik</b>						
Carrefour	Bayara	Utuh Besar	Kiloan	1000	219.75	21.98
Carrefour	Bayara	Utuh Sedang	Kiloan	1000	195	19.50
Carrefour	Bayara	Utuh Hitam	Kiloan	1000	159	15.90
Carrefour	Bayara	Bubuk	Kiloan	1000	112	11.20
Rata-rata per 100 gr						<b>17.14</b>

Sumber: Lulu, Carrefour Hypermarket diolah oleh ITPC

### 3.5. KOMPETITOR

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh *Department of Economic Development Dubai* terdapat 514 perusahaan yang terdaftar di Dubai bergerak dibidang perdagangan rempah dan ini belum termasuk perusahaan yang terdaftar di

Emirat lainnya seperti Abu Dhabi, Sharjah, Ajman dan lainnya. Hal ini menggambarkan persaingan yang ketat di tingkat perusahaan.

Di tingkat negara asal, China, Komoro, India menjadi saingan utama produk rempah dari Indonesia terutama untuk produk Cengkeh, Kayu Manis, dan Biji Pala. Vietnam dan Guatemala menjadi kompetitor dengan nilai ekspor terbesar untuk Lada, Cabai dan Kapulaga dimana nilai ekspor Indonesia ke PEA masih sangat minim.

Di tingkat ritel, pasar rempah di PEA dipenuhi dengan berbagai merek kemasan rempah. Dari hasil survey awal, setidaknya ada lebih dari sepuluh merek yang disebutkan oleh responden. Empat merek teratas yaitu Bayara, Shan, Shama, dan merek jaringan ritel seperti Lulu atau Carrefour.

Bayara merupakan produsen atau pengemas rempah dengan pangsa pasar terbesar di PEA. Bayara yang merupakan bagian dari grup Gyma Food Industries adalah perusahaan multinasional yang telah berdiri sejak 20 tahun yang lalu. Selain produk rempah, Bayara juga memproduksi produk kacang-kacangan, buah-buahan kering, dan kurma. Sedangkan selain di PEA Bayara juga memiliki saluran distribusi di Saudi Arabia, Oman, dan Mesir.

Shan Food Industries didirikan sebagai industri rumahan pada tahun 1981 di Karachi, Pakistan oleh Sikandar Sultan. Saat ini, selain PEA Shan telah mengekspor produknya ke 50 negara lainnya di Eropa, Inggris, Amerika Serikat dan Timur Tengah.

Shama merupakan merek dagang yang dimiliki oleh grup IFFCO. Didirikan pada tahun 1975, IFFCO adalah perusahaan yang memproduksi dan memasarkan berbagai produk konsumen termasuk makanan dan minuman, produk perawatan dan kebersihan, pengemasan dan produk Industri serta logistik.

#### **4. BAB IV KESIMPULAN**

Konsumsi rempah dan cabai di PEA merupakan salah satu yang tertinggi di dunia. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, namun dua hal utama yang mempengaruhi tingginya konsumsi rempah termasuk cabai di PEA adalah preferensi dan kebiasaan dalam rasa penduduk lokal dan pendatang terutama mereka yang berasal dari negara-negara Asia Selatan khususnya India.

Selain tingginya konsumsi rempah di PEA, kegiatan ekspor produk rempah mencapai lebih dari 50% nilai impor. Salah satu yang mempengaruhi tingginya nilai ekspor rempah dari Dubai adalah lokasi strategis PEA yang didukung dengan kualitas fasilitas dan kemudahan berusaha di Dubai. Yang membuat Dubai tidak hanya menjadi pusat perdagangan di Timur Tengah dan Afrika tetapi juga menarik bagi para investor.

Kedua faktor tersebut menjadikan PEA pasar yang menarik dan bertumbuhnya permintaan rempah. Pada tahun 2019, *Department of Economic Development Dubai* mengeluarkan laporan yang menyatakan bahwa terdapat 514 perusahaan yang terdaftar di Dubai bergerak dibidang perdagangan rempah dan belum termasuk Emirat lainnya.

Walapun Industri perdagangan rempah di PEA sudah jenuh, tidak berarti peluang ekspor produk rempah ke PEA tertutup. Justru dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di dalam perdagangan rempah, peluang eksportir untuk menemukan agen atau distributor semakin terbuka.

Dalam kondisi pandemi saat ini, PEA merupakan salah satu negara yang paling aman. Dengan penanganan serta pemberlakuan kebijakan pencegahan yang ketat, PEA adalah salah satu negara dengan penanganan pandemic COVID-19 terbaik. Emirate Dubai telah membuka pintu untuk wisatawan sejak Juli 2020. Selain itu, dengan pertumbuhan ekonomi yang negatif, Dubai kembali membuat terobosan dengan berbagai kebijakan untuk mendorong ekonomi.

Dari beberapa produk rempah yang dianalisa kali ini, terdapat peluang besar untuk peningkatan ekspor di produk Lada, Cabai (HS 0904) dan Kapulaga (HS 0908 – 30) dimana kedua produk rempah tersebut merupakan produk yang memiliki nilai impor ke PEA terbesar dibandingkan produk rempah lainnya, sedangkan nilai ekspor Indonesia hingga tahun 2018 masih sangat minim.

Selain peluang ekspor ke PEA, peluang untuk ekspor kembali juga patut untuk di eksplorasi lebih jauh. Peluang ekspor kembali dari PEA menjadi menarik karena beberapa hal. Yang pertama adalah usaha pemerintah PEA yang mendorong aktivitas ekspor kembali produk rempah sebagai usaha peningkatan GDP non-migas. Dukungan pemerintah PEA diwujudkan dengan berbagai fasilitas, terutama pendirian wilayah zona bebas dimana pelaku usaha bisa menikmati fasilitas bebas kepabean. Selain itu, pasar berkembang di Timur Tengah dan Afrika menjadi peluang pasar ekspor kembali yang masih menjanjikan.

## 5. LAMPIRAN

### 5.1. DAFTAR BEBERAPA IMPORTIR

#### **Shabistan Sayyad Foodstuff Trading LLC**

Rasti Lari Building, Shop No 4, Plot No 83-1, Deira Dubai

Phone : +971 43331472

Mobile : +971 55 3549828

Email : sst@sst.ae

Website : www.sst.ae

### **Abar India Spices LLC**

New Industrial Area, P.O. Box 17799,  
Ajman, United Arab Emirates.  
Rasti Lari Building, Shop No 4, Plot No 83-1, Deira Dubai  
Phone : + 971 6 743 8111  
Email : info@arabindia.com  
Website : www.arabindia.com

### **Mellow Trading LLC**

P.O. BOX 4186 Dubai, UAE  
  
Phone : + 00971 4 2342825  
Email : mellow@emirates.net.ae  
Website : www.mellowtrading.com

### **Omega Spices Trading Co**

P.O Box 20916, Ajman, UAE  
Phone : +97167433224  
Email : info@omegaspices.com  
Website : omegaspices.com

### **Spice Star Food Stuff Trading LLC**

P O Box # 65089, Office No. 201, Al Hashmi Building  
Phone : +9714 – 2263637, Rajendra +971559390277, Karan +971557392177  
Email : info@spicestar.ae, info@spicestar.ae  
Website : www.spicestar.ae

### **Gyma Food Industries LLC**

Dubai Investments Park - Dubai  
Phone : +971 04 885 7478  
Email : info@bayara.com  
Website : www.bayara.com

### **Shama Food Industries LLC**

Post Box No. 234894, Dubai Industrial City (Phase 1)  
Phone : +971 4 8858991, +971 4 8858144  
Email : shama@iffco.com  
Website : www.shamaspice.com

### **Al Sa'ee Spices Trading LLC**

P.o.Box : 34082 Sharjah – U.A.E  
Phone : +971 6 5346034, 5352780  
Email : info@tastyfoodme.com  
Website : tastyfoodme.com

### **Al Saqr General Trading Co LLC**

23 Al RAS Road Po Box: 16136, Dubai  
Phone : +971(4)2290944  
Email : info@alsqrtrading.com  
Website : www.alsqrtrading.com

### **Arar Trading Co LLC**

Al Ras Bld. 16 Al Ahmadiya St. Deira, Dubai-UAE P.O.Box 13476  
Phone : +971 4 2262244  
Email : info@arar.com  
Website : www.arar.com

### **Al Adil Trading Co LLC**

Next to chappan Bhog, Opp. Spinney's Karama, Dubai UAE  
Phone : +971-4-3706666  
Email : retail@adildubai.com, info@adildubai.com, sales@adildubai.com  
Website : www.adildubai.com

## 5.2. DAFTAR PAMERAN

### **Gulfood (Consumer Products) – February**

Dubai World Trade Centre, Sheikh Zayed Road, Dubai

Tel : +971 4 332 7387

Email : [gulfood@infosalons.ae](mailto:gulfood@infosalons.ae)

Website : <https://www.gulfood.com/>

### **Gulfood Manufacturing (Industrial products) – November**

Dubai World Trade Centre, Sheikh Zayed Road, Dubai

Tel : +971 4 332 7387

Email : [gulfood@infosalons.ae](mailto:gulfood@infosalons.ae)

Website : <https://www.gulfoodmanufacturing.com/>

### **Middle East Organic & Natural Products Expo – November atau December**

Dubai International Convention & Exhibition Centre

Office 1602B, City Tower 2, Sheikh Zayed Road, P.O.Box - 128 995

Tel : +971 50 454 4693

Email : [joby@naturalproductme.com](mailto:joby@naturalproductme.com)

Website : <https://naturalproductme.com/>

### **The Specialty Food Festival in Dubai – October atau November**

Dubai World Trade Centre, Sheikh Zayed Road, Dubai

Tel : +971 800 3982

Website : <https://www.speciality.ae>

## 5.3. SUMBER INFORMASI YANG BERGUNA

### 5.3.1. PERWAKILAN INDONESIA DI PEA

#### **Kedutaan Besar Republik Indonesia**

Zone 2, Sector 76, Villa no. 474, W-25, Plot No.5, Sultan Zayed Road, Street (Str – 32),  
Al Marhaba Jadeed Area, PO. BOX 7256, Abu Dhabi

Tel : +971 2 445 4448

Fax : +971-2 445 5453

Email : [kbriabd@indonesianembassy.ae](mailto:kbriabd@indonesianembassy.ae)

Website : [www.indoemb.org/kbri](http://www.indoemb.org/kbri)

### **Konsulat Jenderal Republik Indonesia**

Villa No. 1. Communitiy 322/2A, Al Hudaibah, PO. BOX 73759, Dubai

Tel : +971-4 398 5666  
Fax : +971-4 398 0804  
Email : indocons@emirates.net.ae  
Website : www.kjridubai.ae

### **Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC)**

Al Mashraf Tower, 4th floor, flat 403, Baniyas Street, Deira, PO. BOX 41664, Dubai

Tel : +971-4 227 8544  
Fax : +971-4 227 8545  
Email : itpc.dubai@kemendag.go.id  
Website : www.itpc-dubai.com

### **Indonesia Investment Promotion Centre (IIPC)**

Level 17, The Offices World Trade Center, Central Market,  
Al Markaziya, P.O. Box: 3876 , Abu Dhabi

Tel : +971-2 659 4274  
Fax : +971 2 654 4150  
Email : iipc.abudhabi@bkpm.go.id

## **5.3.2. PERWAKILAN PEA DI Indonesia**

### **Kedutaan Besar PEA**

Jl. Prof. DR. Satrio Blok C4 Kav 16-17 Kuningan Timur  
12950, Jakarta, Indonesia

Tel : +62 21 520 6518  
Fax : +62 21 520 6526  
Email : jakarta@mofa.gov.ae

## **5.3.3. CHAMBER OF COMMERCE (KAMAR DAGANG) PEA**

### **International Chamber of Commerce - United Arab Emirates (ICC-PEA)**

Al Mamzar, Dubai, P.O.Box 8886

Tel : +971 4 22 08 288  
Fax : +971 4 22 08 842  
Email : info@iccPEA.com  
Website : <http://www.iccPEA.com/contactus.html>

#### **Dubai Chamber**

Tel : +971 4 228 0000  
Fax : +971 4 202 8888  
Email : [customercare@dubaichamber.com](mailto:customercare@dubaichamber.com)  
Website : <http://www.dubaichamber.com/>

#### **Abu Dhabi Chamber of Commerce & Industry**

Corniche Road, Abu Dhabi, PO BOX 662  
Tel : +971 2 621 4000  
Fax : +971 2 621 5867  
Email : [contactcenter@adcci.gov.ae](mailto:contactcenter@adcci.gov.ae)  
Website : <http://www.abudhabichamber.ae>

#### **Sharjah Chamber of Commerce & Industries**

Al Taawun, Sharjah  
Tel : +971 6 530 2222  
Fax : +971 6 530 2226  
Email : [scci@sharjah.gov.ae](mailto:scci@sharjah.gov.ae)  
Website : <http://www.sharjah.gov.ae/>

### **5.3.4. CHAMBER OF COMMERCE (KAMAR DAGANG) Indonesia**

#### **Chamber Of Commerce (Kamar Dagang) Indonesia**

Kamar Dagang dan Industri Indonesia  
Menara KADIN Indonesia, 24th Floor, Jl. H. R. Rasuna Said X-5 Kav. 2-3,  
Jakarta 12950 Indonesia  
Tel : +62 21 5274503  
Fax : +62 21 5274505  
Email : [info\[at\]bsd-kadin.org](mailto:info[at]bsd-kadin.org)

### **5.3.5. BADAN YANG BERHUBUNGAN DENGAN INSPEKSI DAN EKSPOR-IMPOR MAKANAN DI PEA**

#### **Kantor untuk Persetujuan Label Makanan dan Pendaftaran Perusahaan**

- 1) Karama Municipality Center – Tel. 3374800
- 2) Al Towar Municipality Center – Tel. 2808000

#### **Kantor untuk registrasi produk pangan**

- 1) Karama Municipality Center – Tel. 3374800
- 2) Dubai Flower Center – Tel. 2163485
- 3) EK Mega Terminal – Tel. 2163372
- 4) Jebel Ali Port Gate 3 – Tel. 8818675 ext. 218

**Food Control Department**

Dubai Municipality, PO BOX 67

Tel: +971 4 206 4201

Fax: +971 4 223 1905

E-mail: [foodcontrol@dm.gov.ae](mailto:foodcontrol@dm.gov.ae)

Website: <http://www.dm.gov.ae>

**Abu Dhabi Food Control Authority**

Mohamed bin Zayed City, PO BOX 52150

Tel: +971 2 495 4112

Fax: +971 2 446 3811, +971 2 588 7777

E-mail: [inquiries@adfca.ae](mailto:inquiries@adfca.ae)

Website: <https://www.adfca.ae/>

**Central Food Control Laboratory**

Sharjah Municipality, PO BOX 22

Tel: +971 6 506 8303

Fax: +971 6 565 0612

E-mail: [cfoodl@emirates.net.ae](mailto:cfoodl@emirates.net.ae)

Website: <https://portal.shjmun.gov.ae>

**Jebal Ali port**

Tel: +971 4 8871 797 (Office Gate 2)

+971 4 8818 675 Ext. 220/221

(Office Gate 3)

Fax: +971 6 7033 095

E-mail: [cfoodl@emirates.net.ae](mailto:cfoodl@emirates.net.ae)

Website: <http://www.dpworld.ae/>

**Al Hamriya Port**

Tel: +971 4 2661 844

Fax: +971 4 2624 283

**Warfage port**

Tel: +971 4 2279 990

Fax: +971 4 2276 574

**ITPC** Dubai  
Indonesian Trade Promotion Center

Al Masraf Tower 4th Floor  
Office No. 403  
Baniyas Road, Deira  
Dubai - United Arab Emirates

Postal Address  
PO. Box 41664

Telephone : (+971 4) 2278544  
Fax : (+971 4) 2278545

[itpc.dubai@kemendag.go.id](mailto:itpc.dubai@kemendag.go.id)  
[www.itpc-dubai.com](http://www.itpc-dubai.com)