



## LAPORAN ANALISIS INTELIJEN BISNIS

PRODUK LOGAM MULIA  
UNTUK KODE HS 71.13, HS 71.14  
HS 71.15, HS 71.16 dan HS 71.18

UNI EMIRAT ARAB

2019

# DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 TUJUAN .....	1
1.2 METODOLOGI.....	1
1.3 BATASAN PRODUK .....	1
1.3.1 HS 71.13 Barang perhiasan dan bagiannya, dari logam mulia atau dari logam yang dipalut dengan logam mulia.....	1
1.3.2 HS 71.14 Barang hasil tempaan pandai emas atau pandai perak dan bagiannya, dari logam mulia atau dari logam yang dipalut dengan logam mulia.....	2
1.3.3 HS 71.15 Barang Lainnya Dari Logam Mulia atau dari Logam yang Dipalut dengan Logam Mulia. 2	
1.3.4 HS 71.16 barang dari mutiara alam atau mutiara budidaya, batu mulia atau batu semi mulia (alam, sintetik atau di rekonstruksi) .....	3
1.3.5 HS 71.18 Koin .....	3
1.4 GAMBARAN UMUM UNI EMIRAT ARAB .....	4
1.4.1 Geografis .....	4
1.4.2 Demografis.....	5
1.4.3 Potensi Pasar .....	6
BAB II PELUANG PASAR.....	9
2.1 TREND PRODUK.....	9
2.1.1 <i>Costume jewellery</i> (Perhiasan Aksesoris Busana) .....	9
2.1.2 Batu Mulia Berwarna .....	10
2.1.3 Berlian .....	10
2.1.4 Perhiasan Emas .....	11
2.1.5 Mutiara.....	11
2.1.6 Koin .....	12
2.1.7 Kiat untuk Eksportir Indonesia dalam memanfaatkan trend produk .....	13
2.2 STRUKTUR PASAR.....	14
2.2.1 Daya Beli Masyarakat UAE .....	14
2.2.2 Impor UAE .....	15
2.2.3 Ekspor Impor UAE -Indonesia .....	17
2.2.4 Kompetitor .....	17
2.3 SALURAN DISTRIBUSI .....	18
2.3.1 Saluran distribusi bagi Eksportir Indonesia.....	18
2.3.2 Mitra Bisnis Potensial.....	19
2.3.3 Peluang utama saluran distribusi.....	19
2.3.4 Strategi dalam mengikuti pameran agar mendapatkan <i>potential buyer</i> :.....	20

2.4	PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA.....	20
BAB III PERSYARATAN PRODUK.....		21
3.1	KETENTUAN PRODUK.....	21
3.1.1	Produk yang dibutuhkan Agen dan Distributor .....	21
3.1.2	Bahasa .....	22
3.2	KETENTUAN PEMASARAN.....	23
3.2.1	Legalitas Eksportir .....	23
3.2.2	Pengiriman Sampel .....	23
3.2.3	Metode Transaksi.....	23
3.3	HARGA.....	24
3.4	Hambatan.....	25
3.4.1	Bea Impor.....	25
3.4.2	Biaya Angkut .....	26
BAB IV KESIMPULAN .....		27

## Daftar Gambar

Gambar 1 Kondisi Geografis Uni Emirat Arab.....	4
Gambar 2 Distribusi Populasi UAE .....	5
Gambar 3 Komposisi Demografis Ekspatriat di UAE Tahun 2018 .....	6
Gambar 4 Contoh Costume Jewelry .....	9
Gambar 5 Contoh Warna Batu Pirus Dan Batu Rubi.....	10
Gambar 6 Contoh Berlian Herkimer .....	10
Gambar 7 Contoh Perhiasan Emas Di UAE .....	11
Gambar 8 Contoh Anting Mutiara .....	12
Gambar 9 Koin Gold American Eagles Dan Maples Leaf.....	13
Gambar 10 Permintaan Perhiasan Setelah Pengenalan Pajak Pertambahan Nilai (VAT) .....	15
Gambar 11 Perkembangan Importasi Perhiasan Oleh UAE Dari India .....	15
Tabel 9 Kinerja Ekspor Impor HS 71 UAE-Indonesia .....	17

## Daftar Tabel

Tabel 1 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.13 .....	1
Tabel 2 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.14 .....	2
Tabel 3 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.15 .....	2
Tabel 4 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.16 .....	3
Tabel 5 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.18 .....	3
Tabel 6 Harga Emas Per Satu Gram Dalam Aed (Dirham Uae) (Per 3 Agustus 2019) .....	11
Tabel 7 Kinerja Ekspor Impor HS 71 UAE - India .....	16
Tabel 8 Daftar Perusahaan yang Mendominasi Pasar Perhiasan di UAE.....	16
Tabel 10 Kinerja Ekspor Impor HS 71 UAE-Singapura.....	17

---

## BAB I PENDAHULUAN

---

### 1.1 TUJUAN

Memberikan rekomendasi kepada para eksportir Indonesia mengenai trend, peluang, karakteristik pasar serta pemilihan mitra bisnis di pangsa pasar Uni Emirat Arab khususnya produk logam mulia kode Harmonized System (Kode HS) 71.13, HS 71.14, HS 71.15, HS 71.16 dan HS 71.18.

### 1.2 METODOLOGI

- Metode Kualitatif : wawancara dengan importir
- Penelitian sekunder: pengolahan informasi dari Bulletin Dubai, Lembaga Penelitian serta website.

### 1.3 BATASAN PRODUK

Berikut informasi uraian barang mengenai klasifikasi produk logam mulia dalam kode HS 71.14, 71.15, 71.16 dan 71.18.

#### 1.3.1 HS 71.13 Barang perhiasan dan bagiannya, dari logam mulia atau dari logam yang dipalut dengan logam mulia.

Tabel 1 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.13

POS/SUBPOS HEADING/SUB HEADING	URAIAN BARANG	DESCRIPTION OF GOODS
71.13	Barang perhiasan dan bagiannya, dari logam mulia atau dari logam yang dipalut dengan logam mulia.  -Dari logam mulia, disepuh atau dipalut dengan logam mulia ataupun tidak:	<i>Articles of jewellery and parts thereof, of precious metal or of metal clad with precious metal</i>  <i>-Of precious metal whether or not plated or clad with precious metal:</i>
7113.11	--Dari perak, disepuh atau dipalut dengan logam mulia lainnya, maupun tidak:	<i>--Of silver, whether or not plated or clad with other precious metal:</i>
7113.11.10.00	---Bagian	<i>---Parts</i>
7113.11.90.00	---Lain-lain	<i>---Other</i>
7113.19	--Dari logam mulia lainnya, disepuh atau dipalut dengan logam mulia	<i>--Of other precious metal, whether or not plated or clad with precious metal</i>
7113.19.10.00	---Bagian	<i>---Parts</i>
7113.19.90.00	---Lain-lain	<i>---Other</i>

POS/SUBPOS HEADING/SUB HEADING	URAIAN BARANG	DESCRIPTION OF GOODS
7113.20 7113.20.10.00 7113.20.90.00	-Dari logam tidak mulia yang dipalut dengan logam mulia --Bagian --Lain-lain	-Of base metal clad with precious metal --Parts --Other

**1.3.2 HS 71.14 Barang hasil tempaan pandai emas atau pandai perak dan bagiannya, dari logam mulia atau dari logam yang dipalut dengan logam mulia.**

**Tabel 2 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.14**

POS/SUBPOS HEADING/SUB HEADING	URAIAN BARANG	DESCRIPTION OF GOODS
71.14	Barang hasil tempaan pandai emas atau pandai perak dan bagiannya, dari logam mulia atau dari logam yang dipalut dengan logam mulia	<i>Articles of goldsmiths' or silversmiths' wares and part thereof, of precious metal</i>
	-Dari logam mulia, disepuh atau dipalut dengan logam mulia maupun tidak:	-Of precious metal whether or not plated or clad with precious metal:
7114.11.00.00	--Dari perak, disepuh atau dipalut dengan logam mulia lainnya maupun tidak	--Of silver, whether or not plated or clad with precious metal:
7114.19.00.00	--Dari logam mulia lainnya, disepuh atau dipalut dengan logam mulia maupun tidak	-- Of other precious metal, whether or not plated or clad with precious metal:
7114.20.00.00	-Dari logam tidak mulia dipalut dengan logam mulia	- Of base metal clad with precious metal

**1.3.3 HS 71.15 Barang Lainnya Dari Logam Mulia atau dari Logam yang Dipalut dengan Logam Mulia.**

**Tabel 3 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.15**

POS/SUBPOS AHEADING/SUBHEADING	URAIAN BARANG	DESCRIPTION OF GOODS
71.15	Barang lainnya dari logam mulia atau dari logam yang dipalut dengan logam mulia	<i>Other articles of precious metal or not metal clad with precious metal</i>
7115.10.00.00	-Katalis dalam bentuk kasa kawat atau kasa, dari platina	-Catalysts in the form of wire cloth or grill, of platinum
7115.90	-Lain-lain	-Other

POS/SUBPOS AHEADING/SU BHEADING	URAIAN BARANG	DESCRIPTION OF GOODS
7115.90.10.00	--Dari emas atau perak	--Of gold or silver
7115.90.20.00	--Dari logam yang dipalut dengan emas atau perak	--Of metal clad with gold or silver
7115.90.90.00	--Lain-lain	--Other

### 1.3.4 HS 71.16 barang dari mutiara alam atau mutiara budidaya, batu mulia atau batu semi mulia (alam, sintetik atau di rekonstruksi)

Tabel 4 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.16

POS/SUBPOS HEADING/SUB HEADING	URAIAN BARANG	DESCRIPTION OF GOODS
71.16	Barang dari mutiara alam atau mutiara budidaya, batu mulia atau batu semi mulia (alam, sintetik atau direkonstruksi)	<i>Articles of natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones (natural, synthetic or reconstructed)</i>
7116.10.00.00	-dari mutiara alam atau budidaya	<i>-of natural or cultured pearls</i>
7116.20.00.00	-dari batu mulia atau batu semi mulia (alam, sintetik atau direkonstruksi)	<i>-of precious or semi-precious stones (natural, synthetic or reconstructed)</i>

### 1.3.5 HS 71.18 Koin

Tabel 5 Informasi Klasifikasi Produk HS 71.18

POS/SUBPOS HEADING/SUB HEADING	URAIAN BARANG	DESCRIPTION OF GOODS
71.18	Koin	<i>Coin</i>
7118.10	-Koin (selain koin emas), bukan sebagai alat pembayaran yang sah:	<i>-Coin (other than gold coin), not being legal tender:</i>
7118.10.10.00	--Koin perak	<i>--Silver coin</i>
7118.10.90.00	--Lain-lain	<i>--Other</i>
7118.90	--Lain-lain:	<i>--Other:</i>
7118.90.10.00	--Koin emas, alat pembayaran yang sah maupun tidak	<i>--Gold coin, whether or not legal tender</i>
7118.90.20.00	--Koin perak, sebagai alat pembayaran yang sah	<i>--Silver coin, being legal tender</i>
7118.90.90.00	--Lain-lain	<i>--Other</i>

## 1.4 GAMBARAN UMUM UNI EMIRAT ARAB

### 1.4.1 Geografis

United Arab Emirates (UAE) adalah negara yang terletak di Teluk Arab, berbatasan dengan Arab Saudi dan Oman. Karena terletak di pusat negara-negara Teluk, anak benua India, Persemakmuran Negara-Negara Merdeka (CIS) dan Afrika, UAE menikmati posisi strategis yang memungkinkannya menghadirkan peluang tanpa batas di berbagai sektor. UAE sekarang menjadi sarang inovasi yang dipenuhi dengan ide-ide baru.

Luas daratan UAE adalah 83.600 km<sup>2</sup>, dengan medan geografis yang beragam mulai dari dataran hingga pegunungan dan dari gurun ke pantai. Meskipun daerahnya terbatas, lanskap yang beragam dan lokasi strategis inilah yang memberikan keunggulan kompetitif yang berbeda bagi UAE.

Garis pantai sisi timur UAE memanjang di Teluk Oman, sementara Teluk Arab di barat dan barat laut. Minyak dan gas alam adalah sumber daya alam utama di UAE, dan produksi minyak bumi adalah industri yang paling penting. UAE juga terletak di sebelah garis selatan Selat Hormuz, bagian penting untuk lebih dari 40% minyak mentah dunia. Karena alasan yang sama inilah pelabuhan dan bandara UAE saat ini berada di peringkat pilihan utama untuk maskapai besar ketika merencanakan rute mereka dari timur ke barat. Uni Emirat Arab adalah federasi dari tujuh Emirates: Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ras Al Khaimah, Fujairah, Umm al-Qaiwain dan Ajman. Federasi dibentuk dan menjadi independen pada tahun 1971.

**Gambar 1 Kondisi Geografis Uni Emirat Arab**



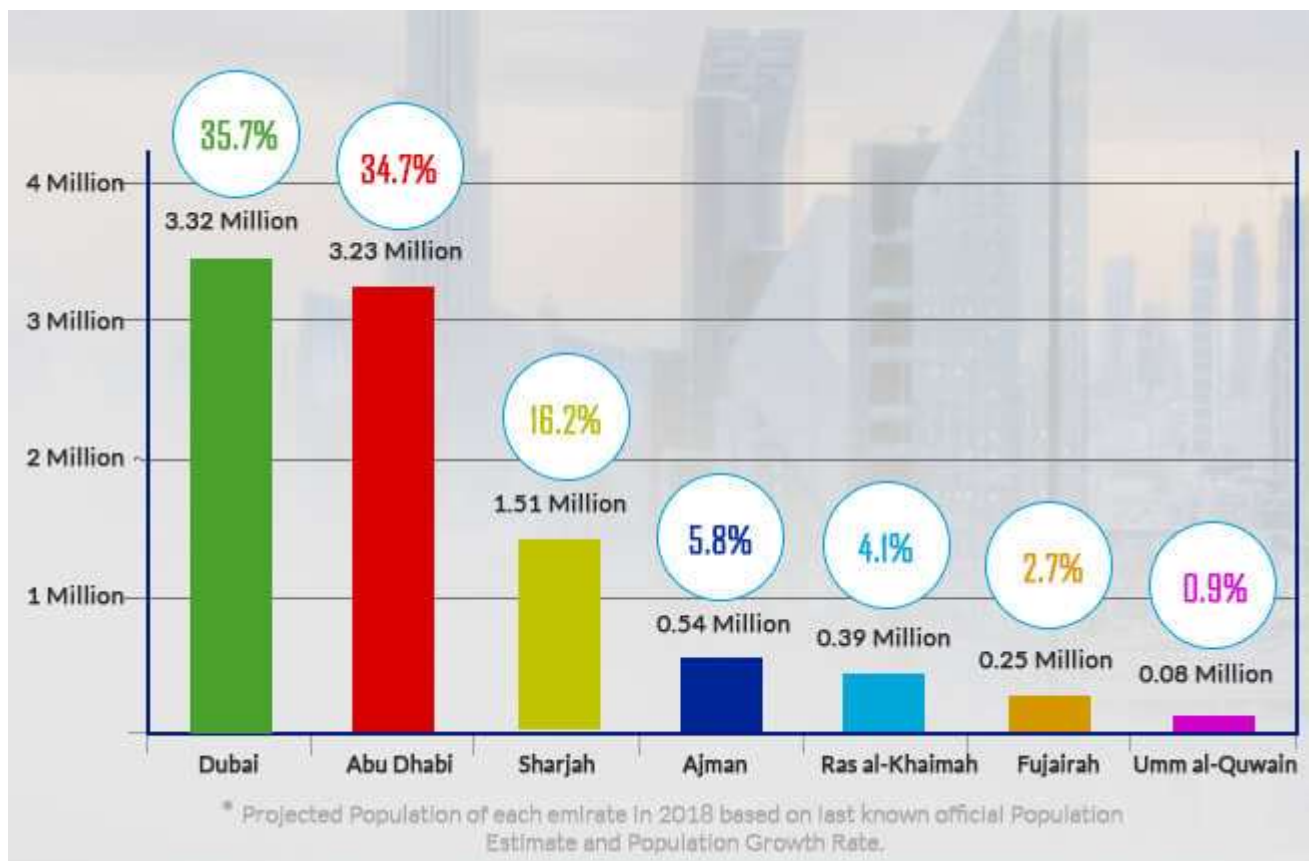
Sumber: <http://www.uae.doingbusinessguide.co.uk/the-guide/>



## 1.4.2 Demografis

Menurut data yang dikeluarkan World Bank, populasi UAE pada tahun 2018 adalah 9,54 Juta. Hampir 75% populasi UAE terkonsentrasi di timur laut negara itu. Dua kota terbesar Dubai dan Abu Dhabi masing-masing memiliki lebih dari 3 juta penduduk. Dubai, dengan pelabuhan tersibuk di kawasan itu, adalah ibu kota komersial negara itu. Beberapa perusahaan terbesar di dunia memiliki kantor pusat di kota.

**Gambar 2 Distribusi Populasi UAE**



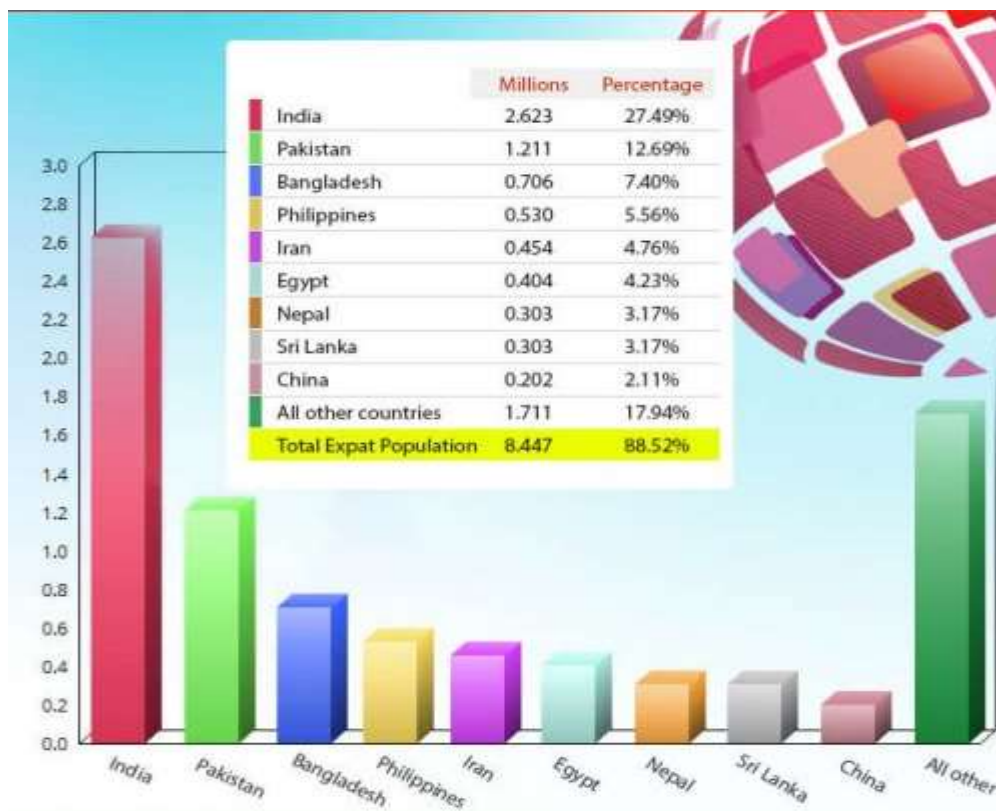
Sumber: <https://www.globalmediainsight.com/blog/uae-population-statistics/>

Abu Dhabi adalah ibu kota negara. Kota ini memiliki kantor-kantor pemerintah federal dan berfungsi sebagai kursi Pemerintah UAE. Hampir 95% minyak dan 92% gas negara UAE ada di Emirat ini, menjadikannya Emirat terkaya. Ketika mempertimbangkan entri lain dalam daftar distribusi populasi bijaksana kota UAE, Sharjah muncul dalam tiga besar peringkat populasi dengan jumlah 1,51 juta orang. Kedekatan Sharjah dengan Dubai serta biaya hidup yang jauh lebih rendah dapat dikaitkan sebagai alasan pertumbuhan di Sharjah.

Uni Emirat Arab memiliki populasi yang sangat beragam, di mana hanya 10% adalah warga negara UAE dan sisanya terdiri dari ekspatriat. UAE memiliki tingkat migrasi bersih tertinggi ke-7 di dunia yaitu 12,36, karena setiap ekspatriat diizinkan berdasarkan undang-undang untuk mengajukan kewarganegaraan UAE setelah tinggal di negara itu selama dua puluh tahun, dengan asumsi mereka belum dihukum karena kejahatan dan dapat berbicara bahasa Arab. Ekspatriat dan imigran menyumbang 88,52%. Emirat membuat

sisanya 11,48% dari populasi. UAE juga memiliki ketidakseimbangan gender tertinggi di dunia dengan rasio laki-laki / perempuan 2,2, atau 2,75 untuk kelompok usia 15-65.

**Gambar 3 Komposisi Demografis Ekspatriat di UAE Tahun 2018**



Sumber:www.mediansight.com

Orang Asia Selatan, termasuk diantaranya orang-orang dari India, Pakistan, Bangladesh, dan negara-negara Asia Selatan lainnya, menyusun 59,48% dari populasi. Populasi sisanya terdiri dari orang-orang Mesir sebesar 4,23% dan yang lainnya sebesar 17,94%. Strategi kependudukan pemerintah UAE menjadikan Emirat sebagai komunitas mayoritas atau paling tidak membawa angka hingga 40% pada tahun 2021.

### 1.4.3 Potensi Pasar

Uni UAE dengan kota Dubai sebagai pusat bisnisnya memiliki potensi pasar yang luar biasa besar sebagai mitra dagang bagi para pelaku bisnis Indonesia. UAE diberkati dengan lokasi strategis antara timur dan barat, yang membuatnya dapat diakses oleh negara-negara berkembang utama, menghubungkan rute pengiriman dan memfasilitasi transportasi barang antara berbagai daerah di Timur Tengah, Asia, Eropa dan Afrika. UAE dikenal sebagai *hub* perdagangan di kawasan Timur Tengah, Afrika dan sebagian Eropa serta berfungsi sebagai pusat re-ekspor terbesar di Timur Tengah. Produk-produk yang diekspor ke UAE pada umumnya akan di re-ekspor ke negara-negara sekitarnya di Timur Tengah, Afrika dan sejumlah Negara Eropa bekas pecahan Uni Soviet. Biaya logistik dan operasional yang rendah serta infrastruktur yang sangat baik, pandangan internasional, dan kebijakan pemerintahnya yang liberal menarik banyak investor secara besar-besaran. Kegiatan

seperti perdagangan, transportasi, pariwisata, industri dan keuangan telah menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan membantu perekonomian untuk mencapai tingkat ekspansi dan diversifikasi yang tinggi.

Dubai dipilih sebagai situs untuk Expo 2020, sebuah panggung global untuk bisnis. Expo 2020 Dubai akan menjadi pintu gerbang pasar baru bagi semua bisnis, menawarkan kesempatan untuk mengembangkan hubungan dengan banyak negara, organisasi multilateral, perusahaan dan lembaga pendidikan, serta jutaan pengunjung, dengan mengusung tema Expo tentang *Connecting Minds, Creating the Future*. Event yang diselenggarakan 20 Oktober 2020-20 April 2021 berpotensi menyebabkan lebih dari 270.000 pekerjaan, yang selanjutnya dapat meningkatkan pertumbuhan di masa depan. World Expo UAE tidak tertandingi di antara event-event internasional karena ukuran dan dampaknya yang besar. 25 juta pengunjung diperkirakan hadir selama Expo yang berjalan enam bulan, merupakan kesempatan yang luar biasa untuk menjual dan mempromosikan produk. Memberi kesempatan bagi pelaku bisnis untuk membuat koneksi terbaik (*face to face*) dengan pengunjung. Dengan pengunjung, terpaan, dan dorongan untuk ekonomi, penting bagi pelaku bisnis untuk mengambil keuntungan sebelum kesempatan berlalu. Uni Emirat Arab memiliki infrastruktur yang mapan, sistem politik yang stabil dan salah satu rezim perdagangan paling liberal di kawasan Teluk. UAE terus menjadi semakin penting, relevan dan menarik bagi bisnis dari seluruh dunia sebagai tempat untuk melakukan bisnis dan sebagai penghubung untuk kawasan UAE dan sekitarnya.

Agen promosi investasi yang di UAE bergantung pada emirat. Misalnya, Otoritas Investasi dan Pengembangan Sharjah, atau Shurooq, adalah lembaga pemerintah independen yang membantu investor dalam menemukan kemitraan di emirat masing-masing. Namun, pemerintah UAE, per Oktober 2018, telah menciptakan unit khusus tambahan di dalam Kementerian Ekonomi untuk membantu menarik investor asing. Unit ini akan menawarkan manfaat yang signifikan bagi perusahaan investasi dengan menetapkan bahwa perusahaan investasi asing yang mendapatkan lisensi berdasarkan keputusan tersebut akan diperlakukan seperti perusahaan nasional, yang secara signifikan mengurangi birokrasi.

Selama dekade terakhir, UAE muncul sebagai salah satu pasar permata dan perhiasan utama secara global, menawarkan peluang pertumbuhan yang signifikan bagi pemain domestik maupun internasional untuk mengeksplorasi potensi pasar yang belum dimanfaatkan. Permintaan untuk desainer perhiasan dan perhiasan bermerek tumbuh di wilayah tersebut karena meningkatnya daya beli dan permintaan untuk produk premium dari populasi individu dengan tingkat kemakmuran tinggi. Perusahaan permata dan perhiasan semakin berinvestasi di negara ini dan bermunculan dengan desain baru. Mereka menjual produk mereka melalui sejumlah besar saluran distribusi termasuk pameran eksklusif, Dubai Gold Souk dan ritel online.

Menurut *UAE Gems and Jewelry Market Forecast & Opportunities, 2019*, pasar permata dan perhiasan di UAE diperkirakan akan tumbuh lebih dari 7% hingga 2019. Akun perhiasan emas merupakan bagian terbesar di pasar permata dan perhiasan di UAE, diikuti oleh perhiasan berlian dan platinum. Di sisi lain, permintaan permata juga meningkat, terutama karena semakin banyak konsumen muda yang lebih menyukai permata daripada logam kuning.

Dubai dan Abu Dhabi adalah penghasil pendapatan terbesar di pasar permata dan perhiasan di negara itu karena meningkatnya jumlah perusahaan di kota-kota ini ditambah dengan meningkatnya pariwisata dan meningkatnya jumlah gerai ritel. Berdasarkan geografi, Dubai memimpin pasar permata dan perhiasan UAE dengan pangsa pasar 52,0% karena wisatawan merasa lebih murah daripada negara asal mereka karena pajak dan bea yang lebih sedikit dan jajaran perancang perhiasan yang bagus. Dubai mengeksport permata dan perhiasannya ke sekitar 180 negara di seluruh dunia. Namun, pasar permata dan perhiasan Abu Dhabi terus meningkat dengan tingkat pertumbuhan 21,0% selama periode perkiraan karena desainnya yang bersih dan klasik dari barat hingga mewah, desain perhiasan pernikahan Arab yang kaya. Wilayah Timur Tengah adalah pusat terkemuka untuk perdagangan permata dan produk perhiasan.

---

## BAB II PELUANG PASAR

---

### 2.1 TREND PRODUK

Menurut laporan penelitian pasar permata dan perhiasan di UAE, pendorong utama pasar permata dan perhiasan UAE adalah internasionalisasi dan konsolidasi, pertumbuhan produk bermerek, saluran distribusi yang dikonfigurasi ulang, konsumsi "hibrida", dan mode yang cepat dimana perputaran trend produk perhiasan di UAE adalah setiap enam bulan sekali. Hasil Analisa trend produk logam mulia kode HS 71.13, HS 71.14, HS 71.15, HS 71.16 dan HS 71.18 di UAE sebagai berikut:

#### 2.1.1 *Costume jewellery* (Perhiasan Aksesoris Busana)

Menurut penelitian pasar permata dan perhiasan di UAE berdasarkan penelitian primer dan sekunder yang luas, "tren utama adalah merger dan kolaborasi antara pemain perhiasan dan merek pakaian. Industri pakaian jadi sekitar sepuluh kali ukuran industri perhiasan sebagaimana diukur dalam penjualan tahunan, tetapi nilai rata-rata dalam pakaian (USD14,25 miliar) hampir 20 kali lipat dari perhiasan (USD 0,8 miliar).

Kolaborasi tersebut diwujudkan dalam perhiasan aksesoris busana yang terbukti memiliki area kuat dibandingkan dengan perhiasan murni (*fine jewellery*) karena titik harganya yang lebih rendah. Dalam perhiasan kostum massal, merek-merek utama yang mendominasi adalah Aldo Accessories, Mango, Zara dan H&M untuk kalangan menengah bawah dan Channel, Gucci untuk kalangan menengah atas. Brand tersebut menawarkan dan menggabungkan perhiasan kostum berlapis emas yang tahan lama. Lapisan emas pada perhiasan kostum berkontribusi terhadap dampak negatif pertumbuhan perhiasan kostum.

**Gambar 4 Contoh Costume Jewelry**



Sumber: [www.channel.com](http://www.channel.com)

### 2.1.2 Batu Mulia Berwarna

Batu mulia dan semi mulia juga memainkan peran yang sangat penting dalam industri batu mulia dan perhiasan di UAE. Pertama, batu Pirus (Turquoise) dianggap sebagai batu saleh dalam Islam, mencerminkan kecantikan yang indah jika bertabur di cincin dan kalung. Pirus juga digunakan untuk membawa konsentrasi dalam pikiran. Kedua, batu permata rubi yang dianggap membawa makna yang sangat istimewa dalam Islam.

**Gambar 5 Contoh Warna Batu Pirus Dan Batu Rubi**



Sumber: <http://shop.naturalgemstones.net>

### 2.1.3 Berlian

Berlian dianggap sebagai salah satu batu permata yang paling diminati untuk setiap kesempatan. Konsumen di UAE menyadari aspek teknis berlian, mereka membeli untuk investasi serta untuk perhiasan sebagaimana nilai hias dari berlian itu sendiri. Berlian herkimer juga merupakan jenis berlian yang dapat digunakan untuk membuat perhiasan dan liontin yang indah.

**Gambar 6 Contoh Berlian Herkimer**



Sumber: [https://www.etsy.com/market/herkimer\\_diamond\\_ring](https://www.etsy.com/market/herkimer_diamond_ring)

#### 2.1.4 Perhiasan Emas

Perhiasan emas yang dijual di UAE terdiri dari empat tipe 18K, 21K, 22K hingga 24K untuk memuaskan selera dan preferensi setiap wilayah di dunia.

**Tabel 6 Harga Emas Per Satu Gram Dalam Aed (Dirham Uae) (Per 3 Agustus 2019)**

Tipe Emas	AED
24K	174,50
22K	163,75
21K	156,25
18K	134,00

Sumber:www.dubai-online.com

Perhiasan emas dengan desain tradisional dan klasik masih menjadi trend di UAE dimana sebagian besar konsumen untuk pasar emas UAE adalah orang Asia, sebagian besar pembeli terutama adalah orang India.

**Gambar 7 Contoh Perhiasan Emas Di UAE**



Sumber:www.dubai-online.com

#### 2.1.5 Mutiara

Mutiara dari UAE dikenal secara internasional dan diakui sebagai perhiasan unik. Mutiara-mutiara masih dinilai dengan warna, bentuk, dan ukurannya. Mutiara yang paling populer di UAE dan bernilai tinggi disebut jivan (mutiara kelas satu). Di kalangan konsumen UAE, perhiasan mutiara dengan desain modern dan *timeless* sangat diminati serta dapat ditemui dalam bentuk yang banyak diminati seperti anting-anting, gelang dan cincin.

**Gambar 8 Contoh Anting Mutiara**



Sumber:www.whizz.ae

### **2.1.6 Koin**

Di UAE, koin mewakili cara yang sangat baik untuk berinvestasi emas fisik bagi rata-rata investor karena memungkinkan siapa pun untuk memiliki perlindungan secara langsung daripada melalui bank dalam bentuk uang . Koin akan diberi harga sesuai harga emas, ditambah persentase sebagai biaya. Oleh karena itu, harga koin akan bergerak sesuai dengan harga emas dan akan semakin berharga seiring bertambahnya waktu.

Di UAE, koin yang paling dicari adalah *American Gold and Silver Eagles* dan *Canadian Gold and Silver Maple Leafs*. Banyak perusahaan perhiasan ternama di Dubai yang memproduksi emas batangan dengan kualitas tinggi dan mewakili standar yang diterima secara global dengan tingkat kemurnian untuk batangan emas satu kilogram 0.995.

#### ***American Gold and Silver Eagles***

Koin emas terlama di dunia adalah American Gold Eagle. Menjadi salah satu dari dua koin emas yang diproduksi Mint AS (selain Buffalo Gold). Pencetakan kedua koin baik Eagles emas maupun perak dimulai pada tahun 1986. Hadir dengan ukuran standar troy ounce dari masing-masing logam mulia. Konsumen di Dubai dapat membelinya dalam ukuran yang lebih kecil yaitu setengah ons, seperempat ons, atau persepuluh ons. Pemerintah Amerika Serikat menjamin kemurnian dan kandungan logamnya. Koin-koin ini semuanya legal tender dengan nilai nominal yang berkisar hingga lima puluh dolar untuk denominasi koin emas satu ons.

#### ***Canadian Maple Leaf***

Yang juga sangat populer di Dubai adalah koin emas dan perak *Canadian Maple Leaf*. Tersedia potongan dalam bentuk emas dengan .9999 tingkat kemurnian emas, menjadikannya salah satu yang paling murni di dunia. *Canadian Maple Leaf* juga populer untuk perangkat anti-pemalsuan, ditandai dengan adanya seni terukir mikro dalam bentuk angka "14" yang meyakinkan pembeli bahwa mereka memiliki koin emas asli.

Sejarah koin emas ini terbentang sepanjang tahun 1979, membuatnya menjadi yang tertua dari potongan emas batangan, namun tetap sangat populer. Bagian depan (sisi



depan) memiliki ciri khas Daun Maple Kanada, bagian belakang (sisi belakang) memuat potret Ratu Elizabeth II dari Britania Raya.

**Gambar 9 Koin Gold American Eagles Dan Maples Leaf**



Sumber: [www.dubaiinvestorlink.com](http://www.dubaiinvestorlink.com)

### **2.1.7 Kiat untuk Eksportir Indonesia dalam memanfaatkan trend produk**

Perlu diingat UAE sebagian besar berisi jutawan dan miliarder yang dapat dijadikan pasar yang sangat potensial. UAE merupakan salah satu pasar perhiasan dan permata terbesar dimana kilauan emas, perak, batu permata, dan mutiara dari berbagai negara berkompetisi untuk mendapatkan pembeli. Pasar UAE dibanjiri dengan barang-barang "terjangkau" dimana sebaiknya produk perhiasan dari Indonesia menghindari memproduksi barang "terjangkau", dan tidak menghasilkan kuantitas tetapi untuk membuat karya atau konsep yang unik pada tingkat kualitas yang sangat tinggi. Produk Indonesia harus berani menjawab tuntutan yang sangat spesifik dalam kualitas dan kreativitas yang berdaya saing global. Misalnya dengan membidik segmen kelas menengah atas (*middle up*) yang hanya mencari desain unik dan kualitas tinggi, Pertimbangkan untuk memberi sentuhan budaya Dubai yang agamis ke dalam konsep produk.

Bisnis perhiasan khususnya untuk kelas middle up adalah bisnis dimana kepercayaan adalah segalanya. Untuk menjalankan bisnis dengan integritas dan kepercayaan, eskportir harus sadar terhadap pentingnya sertifikasi dari laboratorium yang terpercaya. Klien harus sudah merasakan jaminan keamanan, tanpa curiga lagi tentang penilaian (kemurnian, keaslian, grade) dari produk yang akan dibeli. Sertifikasi dapat melindungi nilai dari produk yang dibeli, sehingga akan membuat bisnis solid dan dapat dipercaya.

Sebagai contoh, untuk bisnis berlian dapat menggunakan GIA di Timur Tengah yang menawarkan layanan laboratorium seperti penilaian berlian, penilaian berlian berwarna, tulisan LASER, identifikasi permata dan mutiara berwarna dan layanan penyegelan berlian. Pengecer, produsen dan dealer batu permata dapat secara langsung mengirimkan produk mereka di fasilitas Jumeirah Lakes Towers, yang selanjutnya mereka akan menerima laporan penilaian GIA untuk berlian, batu berwarna ataupun mutiara yang telah diteliti.

## 2.2 STRUKTUR PASAR

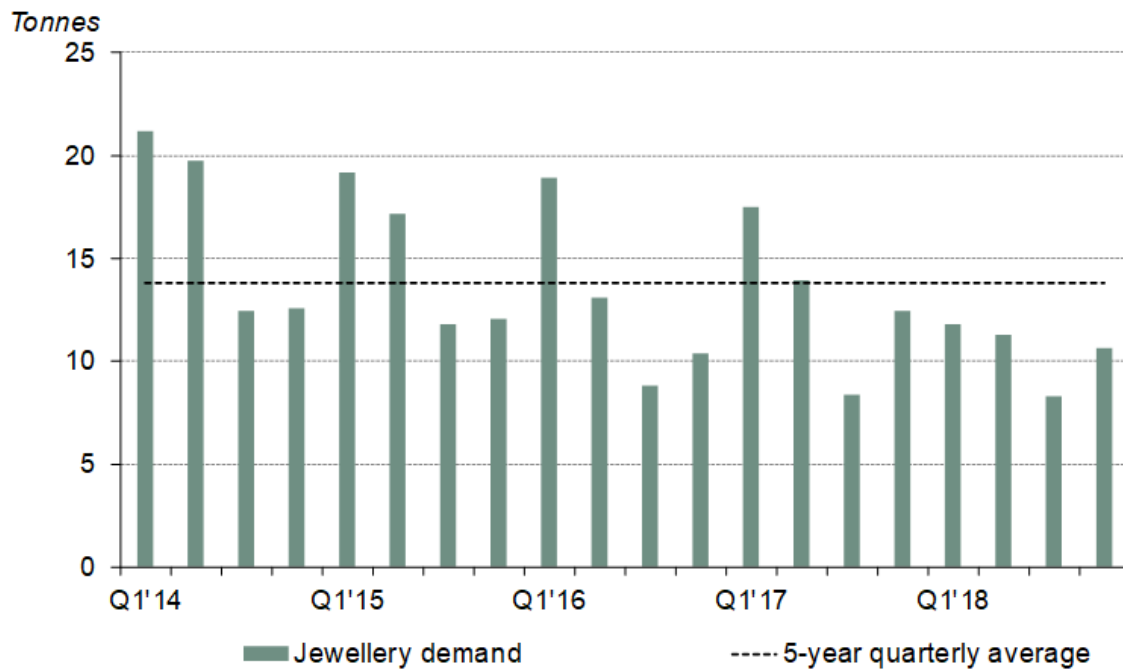
### 2.2.1 Daya Beli Masyarakat UAE

Permintaan perhiasan masih mengalami kelesuan karena perubahan pajak baru-baru ini. Tanggal 1 Januari 2018 menandai perubahan signifikan bagi konsumen di UAE: untuk pertama kalinya mereka harus membayar PPN. Pajak konsumsi 5% ditandai dengan baik oleh pemerintah. Dan respons permintaan perhiasan emas sama sekali tidak mengejutkan: responsnya menguat pada Q4 2017 jelang perubahan pajak, sebelum merosot begitu mulai berlaku. Permintaan untuk perhiasan emas hanya 36 pada tahun 2018, - 25% lebih rendah dari tahun sebelumnya. Penurunan itu bukan murni didorong oleh PPN. Gejolak ekonomi yang menyebabkan PHK, terutama di antara industri yang didominasi oleh ekspatriat, yang pada gilirannya, telah memberikan tekanan pada sektor real estat. Permintaan perhiasan emas menjadi efek negative dari pengeluaran kekayaan.

Tapi ada secercah cahaya dalam bisnis perhiasan, diantaranya:

- Pengembalian pajak untuk turis membawa kilau ke permintaan perhiasan. Pada bulan November, UAE memperkenalkan skema pengembalian dana bagi wisatawan, memungkinkan mereka untuk mendapatkan kembali 85% PPN atas pembelian setidaknya AED 250 (sekitar US \$ 70). Pengeluaran wisatawan adalah bagian yang tidak rata dari pasar perhiasan emas - setidaknya 50% - sehingga skema pengembalian dana kemungkinan telah mendukung permintaan di Q1 (terutama selama Dubai Shopping Festival).
- PPN telah meningkatkan transparansi di seluruh perdagangan emas UAE. Mirip dengan dampak GST di India, PPN telah mendorong transparansi yang lebih besar di pasar emas di UAE. Toko bermerek bermerek, yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap proses logistik dan administrasi sistem baru, telah memperoleh pangsa pasar, dibantu oleh fokus mereka pada desain, variasi, dan harga yang kompetitif.
- Pemberian tanda wajib segera. UAE diatur untuk memperkenalkan cap wajib (hallmarking) untuk perhiasan emas. Ini akan membantu melindungi konsumen - dan perdagangan - dari penipuan, meningkatkan kredibilitas pasar perhiasan emas UAE dan membantu perdagangan internasional logam-logam ini.

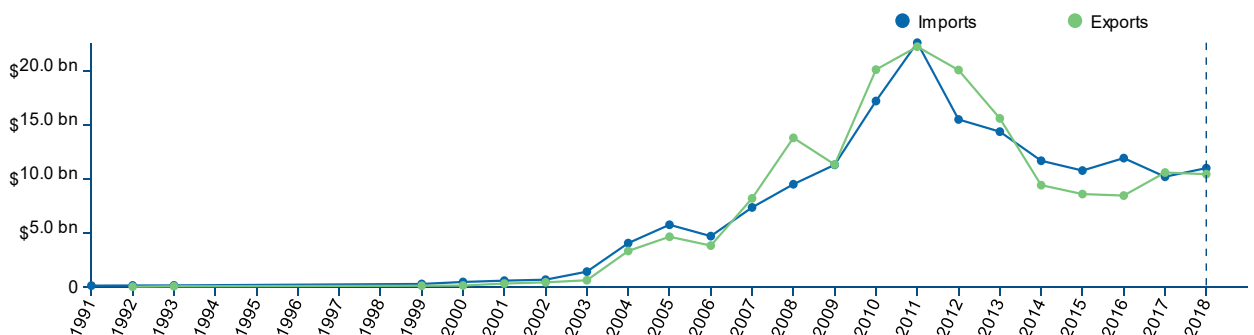
**Gambar 10 Permintaan Perhiasan Setelah Pengenalan Pajak Pertambahan Nilai (VAT)**



Source: Metals Focus, Refinitiv GFMS, World Gold Council

## 2.2.2 Impor UAE

**Gambar 11 Perkembangan Importasi Perhiasan Oleh UAE Dari India**



### United Arab Emirates trade in Pearls, precious stones, metals, coins, etc with India since 1991

International Trade in Goods and Services based on UN Comtrade data

Developed by the Department for International Trade and the Department for Business, Energy and Industrial Strategy in the UK  
<https://comtrade.un.org/labs/dit-trade-vis/?reporter=784&partner=699&type=C&commodity=71&year=2018&flow=2>

**Tabel 7 Kinerja Ekspor Impor HS 71 UAE - India**

Key facts
<p>United Arab Emirates trade in goods with India in 2018                      Pearls, precious stones, metals, coins, etc.                      Exports : \$10.4 bn                      Imports : \$11.0 bn                      Trade balance: -\$561.3 m                      Bilateral balance: \$21.4 bn</p> <p>India was the 2<sup>nd</sup> largest export market United Arab Emirates (18.8% Of United Arab Emirates exports) and the 1<sup>st</sup> largest import market for United Arab Emirates (20.3% of United Arab Emirates imports) for Pearls , precious stones, metal, coins, etc in 2018.</p>

Sumber: comtrade.un.org

Diantara produsen permata dan perhiasan terkemuka di negara ini, Damas International saat ini mendominasi pasar, diikuti oleh Joyallukas, Tiffany & Co., Titan International dan Geetanjali Gems. Berdasarkan data tersebut tidak heran apabila perusahaan India mendominasi pasar perhiasan dan batu mulia di UAE.

**Tabel 8 Daftar Perusahaan yang Mendominasi Pasar Perhiasan di UAE**

Perusahaan	Keunggulan	Industri-Sub Industri	Alamat
DAMAS Jewellery	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perusahaan paling terkemuka di Dubai dan mendominasi pasar</li> <li>- Gold ornaments and diamonds</li> </ul>	Retail-Jewelry & watch	Jumeirah Lake Towers, DMCC Damas Bldg, Block 3, 1st Floor Dubai United Arab Emirates Tel: 9714-427-0554
JOYALUKKAS HOLDINGS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joyalukkas telah memantapkan bisnisnya sebagai tujuan populer bagi pembeli emas</li> <li>- Mengusung desain perhiasan emas yang berani dan unik dalam gaya trendi, modern dan klasik untuk memenuhi selera customer yang beragam</li> </ul>	Metals&Mining-Other mined minerals	New Century City Tower Near Deira City Centre Dubai United Arab Emirates Tel: 971-4-25-22-900
MALABAR GOLD & DIAMOND	memberikan yang terbaik dalam kualitas dan memastikan menyediakan BIS Hallmarked 916 Gold, Platinum yang disertifikasi PGI dan perhiasan Diamond yang disertifikasi IGI bersama dengan perhiasan perak yang ditandai.	Retail-Jewelry & watch	Eisa Saleh Al Gurg Tower 3 Creek Road 1 <sup>st</sup> Floor Deira Area 90320 Uni Emirat Arab Dubai Tel: 971 4 256 6916

Sumber: Bafleh Jewellery

## Perusahaan Lokal yang mendominasi pasar perhiasan dan permata di UAE:

The Gold Souk	Dubai Gold Souk merupakan salah satu pasar ritel emas terbesar di dunia dan telah menjadikan Dubai sebagai "Kota Emas". Dubai Gold Souk juga memperdagangkan logam mulia seperti platinum, berlian dan perak, serta menampung lebih dari 300 retailers yang berdagang secara eksklusif di sektor perhiasan. Souk ini menyimpan kurang lebih 10 ton emas setiap saat dan sekitar 20% dari emas dunia melewati pasar ini.
---------------	---

### 2.2.3 Ekspor Impor UAE -Indonesia

**Tabel 9 Kinerja Ekspor Impor HS 71 UAE-Indonesia**

Key facts
United Arab Emirates trade in goods with Indonesia in 2018 Pearls, precious stones, metals, coins,etc. Exports: \$17.0 m Imports: \$155.5 m Trade balance: -\$138.5 m Bilateral balance: \$172.5 m Indonesia was the 48th largest export market United Arab Emirates (0.0% Of United Arab Emirates exports) and the 46th largest import market for United Arab Emirates (0.3% of United Arab Emirates imports) for Pearls, precious stones, metals, coins,etc in 2018.

Sumber: comtrade.un.org

### 2.2.4 Kompetitor

Kompetitor langsung Indonesia untuk komoditas *pearl*, *precious stones*, *metal* dan *coin* di UAE adalah negara Singapura.

**Tabel 10 Kinerja Ekspor Impor HS 71 UAE-Singapura**

Key facts
United Arab Emirates trade in goods with Singapore in 2018 Pearls, precious stones, metals, coins,etc. Exports: \$1.1 bn Imports: \$795.0 m Trade balance: \$335.1 m Bilateral balance: \$1.9 bn Singapore was the 11th largest export market for United Arab Emirates (2.0% Of United Arab Emirates exports) and the 21th largest import market for United Arab Emirates (1.5% of United Arab Emirates imports) for Pearls, precious stones, metals, coins,etc in 2018.

Sumber: comtrade.un.org

Keunggulan Singapura dibandingkan dengan Indonesia adalah Singapura-UAE memiliki perjanjian dagang multinasional yaitu Singapura-GCC FTA (GSFTA). GSFTA mulai berlaku pada September 2013 yang menghilangkan sebagian besar tarif (99%) pada ekspor Singapura ke GCC. GSFTA adalah perjanjian komprehensif yang mencakup perdagangan barang, aturan asal, prosedur bea cukai, perdagangan jasa dan pengadaan pemerintah, antara lain. Sektor-sektor utama yang diuntungkan dari perjanjian ini termasuk telekomunikasi, peralatan listrik dan elektronik, petrokimia, perhiasan, mesin dan industri yang terkait dengan besi dan baja. Hal tersebut menyebabkan Singapura dikenakan bea masuk 0% ke Dubai. Singapura bisa mendapatkan bea masuk 0% ke Dubai karena antara kedua negara memiliki perjanjian *free trade agreement* (FTA). Sementara Indonesia dengan Dubai belum ada FTA. Indonesia dikenakan tarif bea masuk sebesar 5%. Menurut data importir dari segi kualitas lebih bagus Indonesia. Produk yang diminati dari Indonesia adalah bullion bars.

## 2.3 SALURAN DISTRIBUSI

### 2.3.1 Saluran distribusi bagi Eksportir Indonesia

Ada beberapa saluran distribusi yang bermanfaat bagi eksportir Indonesia di UAE, yaitu:

a. Dubai Diamond Exchange (DMCC)

DMCC adalah pilihan utama untuk inkorporasi zona bebas. DMCC juga memberikan para anggotanya keanggotaan ke *Dubai Diamond Exchange* (DDE) dan memiliki fasilitas yang dibangun khusus yang dikenal sebagai "paviliun Jewellery & Gemplex" di area Jumeirah Lakes Towers (JLT). DMCC memiliki fasilitas canggih dan menawarkan produk serta layanan yang secara langsung mendukung organisasi di sektor perhiasan untuk mendorong pertumbuhan sekaligus memfasilitasi perdagangan. Perdagangan berlian, emas, dan logam mulia lainnya merupakan salah satu bisnis utama di DMCC.

Adalah platform DMCC yang merupakan inisiatif Pemerintah Dubai untuk menyatukan pasar berlian dan batu berwarna di Timur Tengah. Dubai Diamond Exchange (DDE) bertindak sebagai satu-satunya gerbang untuk impor dan ekspor berlian yang dipoles maupun kasar di UAE. Sebagai pengatur perdagangan dan pembuat pasar untuk bisnis berlian dan batu berwarna, DDE adalah satu-satunya bursa di Timur Tengah yang berafiliasi dengan Federasi Dunia Berlian Bourses (WFDB). DDE menyatukan beberapa inisiatif berskala besar yang melengkapi persyaratan industri, seperti tender berlian kasar ataupun halus serta bermanfaat bagi perdagangan mutiara dan batu berwarna.

b. Dubai Gems Club (DGC)

Diluncurkan di bawah naungan DMCC, adalah platform perdagangan eksklusif yang didedikasikan untuk batu permata. Keanggotaan awalnya dibatasi untuk sekitar 25

perusahaan dengan prioritas diberikan kepada anggota terdaftar zona bebas DMCC. Menghargai privasi para pedagang, sesuai dengan norma-norma internasional perdagangan batu berwarna dan berlian, Dubai Gems Club tidak mengungkapkan statistik atau rincian transaksi perdagangan yang dilakukan melalui Klub, kecuali diminta secara khusus oleh para pedagang itu sendiri. Bertempat di lokasi Unit Sertifikasi Permata Dubai, Dubai Gems Club juga menawarkan anggota akses mudah ke layanan sertifikasi permata bersertifikasi ISO pertama di dunia untuk berlian, batu permata, mutiara, dan barang perhiasan dari lembaga sertifikasi yang diakui secara global.

c. Dubai Gold & Diamond Park

Didirikan pada 2011 dengan fokus pada bisnis perhiasan. Menjadi salah satu tempat menarik bagi penduduk lokal dan turis asing. Ini bertujuan untuk menyediakan koleksi semua permata berharga di dunia di bawah satu atap dan lingkungan yang nyaman untuk perdagangan emas dan berlian. Terdiri dari blok manufaktur dan pusat ritel.

d. SEDC (Sharjah Export Development Center)

Menawarkan berbagai layanan untuk mendorong perusahaan industri lokal dan eksportir untuk meningkatkan kemampuan kompetitif mereka untuk melayani pasar asing dan untuk menanggapi peluang pemasaran regional dan internasional.

### 2.3.2 Mitra Bisnis Potensial

Mitra bisnis potensial bagi eksportir Indonesia adalah Bafleh Jewellery LLC. Bafleh Jewellery LLC merupakan wholesaler dan importir terkemuka perhiasan emas dari Indonesia. Bafleh Jewellery mengimpor perhiasan emas mayoritas dari semua produsen di Indonesia baik secara langsung maupun tidak langsung. Saat ini produk potensial dari Indonesia adalah perhiasan dan emas batangan (*Dore bars* atau *scrap bars*).

### 2.3.3 Peluang utama saluran distribusi

Kiat dari Ramesh Vora:

*The best way to enter UAE market for new Indonesia producers is through exhibition and personal visit 5 to 6 times atleast to get a potential buyer in exhibition*

Peluang utama saluran distribusi bagi eksportir Indonesia adalah melalui pameran. Berpartisipasi dalam pameran dagang berskala internasional adalah cara yang baik untuk menunjukkan keseriusan melakukan ekspor perhiasan secara langsung kepada pembeli.

Kiat dari Ramesh Vora:

*September to May is the best-selling season due to Mild Weather and Dubai Shopping Festival*

### 2.3.4 Strategi dalam mengikuti pameran agar mendapatkan *potential buyer*:

- a. Pilih pameran perdagangan perhiasan yang menarik banyak pembeli potensial dari jenis produk yang dimiliki. Periksa materi promosi penyelenggara acara untuk menemukan informasi tentang profil audiens, jumlah kehadiran, dan umpan balik dari pengunjung.

Berikut jadwal pameran perhiasan di UAE yang bisa dijadikan opsi:

1. International Jewellery and Fashion Expo (28-30 September 2019) – IJFE Dubai
  2. VOD Dubai International Jewellery Show (13-16 November 2019) – Dubai World Trade Center
  3. JWS Abu Dhabi (26-30 Oktober 2019, 1 tahun sekali) – Abu Dhabi National Exhibition Centre
  4. MIDEAST Watch and Jewelry Show (1 -5 Oktober 2019, 2 tahun sekali - Expo Centre Sharjah
- b. Naikan ekspektasi pengunjung dengan memberi tahu mereka tentang produk baru yang penting yang akan dipamerkan di gerai. Minta eksekutif senior untuk bertemu dengan pembeli penting. Pastikan bahwa siapa pun yang bekerja di pameran dagang dapat menangani segala pertanyaan teknis dan komersial yang mungkin dimiliki calon pembeli.
  - c. Temukan keseimbangan yang tepat antara nilai produk dengan harga yang ditawarkan kepada pembeli, hindari harga terlalu rendah atau terlalu tinggi. Pikirkan strategi untuk menarik perhatian pengunjung dengan cerdas misalnya *giveaway*, atau event khusus. Perlu diingat bahwa pengunjung pameran hanya memiliki beberapa detik untuk tertarik saat mereka berjalan melewati stand anda.
  - d. Pastikan bahwa pada akhir pameran, Anda memiliki daftar prospek yang dapat dtindak lanjuti setelah pulang ke rumah (sebagian besar bisnis yang dihasilkan oleh pameran dagang terjadi pada tahap tindak lanjut).

## 2.4 PERSEPSI TERHADAP PRODUK INDONESIA

Dapat dilihat pada Tabel 8 bahwa persentase ekspor Indonesia ke UAE untuk HS 71 (Mutuara, batu mulia, logam, koin, dan lainnya masih tergolong kecil hanya 0.3% sehingga kurang “menggantung” di kalangan konsumen UAE. Kata “made in Indonesia” belum diperlukan untuk semua produk, kecuali jika sudah membuat perjanjian dengan UAE. “Made In Indonesia” akan memiliki nilai positif dalam proses pembelian apabila eksportir Indonesia mampu memperkuat branding produk perhiasan Indonesia.

Apabila dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura, produk perhiasan dari Indonesia dianggap memiliki kualitas yang lebih baik dengan finishing yang bagus. Produknya merupakan *handmade* dan berunsur budaya serta lebih mempunyai desain dan keunikan tersendiri. Berbeda dengan Malaysia dan Singapura yang lebih mengandalkan kecanggihan mesin dalam produknya.



### 3.1 KETENTUAN PRODUK

#### 3.1.1 Produk yang dibutuhkan Agen dan Distributor

Ada tiga faktor utama yang paling dibutuhkan yaitu kualitas, desain dan harga. elemen Desain, Kualitas, dan Biaya yang merupakan faktor utama yang dipertimbangkan oleh setiap pecinta Perhiasan pada saat berbelanja Perhiasan. Keputusan mereka terinspirasi oleh proporsi yang tepat dari ketiga hal tersebut.

- **Kualitas**

Kualitas produk perhiasan sangat dijunjung di UAE karena reputasi UAE (khususnya Dubai sebagai emas) dan sebagai pemasok barang-barang Perhiasan emas berkualitas. Demi menjamin kualitas perhiasan khususnya di Dubai, Dubai Municipality mengadakan inspeksi toko perhiasan untuk mendukung Peraturan Federal No. 9/1993 (terlampir) tentang ciri khas logam mulia. Tujuan pemeriksaan adalah untuk memastikan semua perhiasan emas yang dijual di Dubai dicap dengan tanda kemurnian kandungan emas yang benar. Inspektur DM melakukan inspeksi sistematis terhadap toko-toko Perhiasan emas dan mengumpulkan sampel untuk uji laboratorium dalam memverifikasi kebenaran tanda kemurnian atau *grade*.

Selain itu, pembeli perhiasan tidak pernah kompromi dengan kualitas, karena mereka membayar sejumlah uang yang besar. Memilih produk yang berkualitas lebih rendah, hanya karena harga murah tidak pernah menjadi pilihan pembeli. Itu sebabnya agen atau distributor sangat memperhatikan konsep kualitas. Mereka memilih produsen yang menggunakan bahan terbaik dan berlian bersertifikat untuk menjamin kepuasan pelanggan. Produsen perhiasan ternama telah mulai menandai produk-produk perhiasan mereka, dan mereka memberikan sertifikat kualitas dengan ciri khas agen resmi, serta sertifikat untuk berlian yang menjelaskan asal dan sejarahnya hingga saat ini.

- **Desain**

Desain produk perhiasan populer umumnya mengusung desain *timeless* seperti *Diamond Engagement Ring* dan *Diamond Wedding Ring* (jarang diupdate). Perputaran trend perhiasan di UAE biasanya diperbaharui setiap enam bulan sekali. Namun para perancang perhiasan memahami kebutuhan beragam pecinta perhiasan. Mereka mendesain produk eksklusif untuk memenuhi permintaan setiap kelompok. Desain perhiasan sangat penting karena pembeli retail rela meluangkan waktu untuk meninjau desain dari toko ke toko lainnya.

- **Harga**

Perhiasan selalu menjadi salah satu produk termahal dalam mode. Tetapi orang-orang yang sadar mode atau pecinta perhiasan tidak pernah peduli dengan biaya jika mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan dari segi desain dan kualitas. Namun ketika desain dan kualitas perhiasan yang sama tersedia dengan harga yang lebih rendah, konsumen tentu akan memilih harga yang lebih rendah. Perusahaan perhiasan berusaha membuat biaya produk perhiasan lebih rendah dengan mengurangi beberapa biaya pihak ketiga yang terjadi antara produsen dan konsumen.

### 3.1.2 Bahasa

Kiat dari Ramesh Vora (Importir): English is enough but Arabic would be added advantage
--

Hal ini dikarenakan Bahasa Inggris adalah bahasa yang paling banyak digunakan di UAE, terutama untuk bisnis, perdagangan, dan pariwisata. Sekitar 75% populasi di UAE adalah orang asing, yang sebagian besar berbicara bahasa Inggris dan atau bahasa asli mereka. Berdasarkan pengalaman para ekspatriat, sangat mungkin dan bahkan mudah untuk tinggal di UAE tanpa pengetahuan bahasa Arab, selama seseorang memiliki kemampuan yang baik dalam bahasa Inggris. Hampir semua dokumen resmi tersedia dalam Bahasa Inggris dan Arab seperti halnya situs web pemerintah dan bisnis. Bahkan pekerja dari Filipina yang memadati sebagian besar tenaga kerja komersial di toko-toko dan restoran pun banyak yang memiliki sedikit kemampuan Bahasa Arab atau bahkan tidak sama sekali. Penduduk lokal Emirate sendiri, menemukan fakta bahwa pengetahuan bahasa Inggris bukan lagi sebuah pilihan melainkan sangat diperlukan di negara mereka sendiri.

Bahasa Arab sebagian besar dituturkan oleh penduduk asli UAE, yang disebut Emiratis. Anda dapat bertahan dengan hanya berbicara bahasa Inggris di UAE, tetapi jika Anda siap untuk belajar bahasa Arab Anda mungkin akan lebih disambut oleh orang-orang Emirat.

Tetapi menurut para ahli, dengan memiliki pengetahuan bahasa Arab akan lebih disambut oleh orang-orang Emirati sebagai penduduk asli di UAE. Belajar bahasa Arab adalah cara untuk menunjukkan rasa hormat kepada penduduk lokal sebagai tuan rumah dan juga budayanya. Paling tidak, mengetahui cara mengucapkan salam dalam Bahasa Arab. Perlu diketahui bahwa etiket bisnis di UAE didasarkan pada kepercayaan serta pemahaman dan apresiasi budaya. Dengan memahami Bahasa Arab akan memperoleh pemahaman yang jauh lebih mendalam tentang orang-orang dan budaya lokal, memperluas pertemanan (untuk prospek bisnis) dan jangka panjang dengan kolega dan menjadi keunggulan kompetitif saat menjalin hubungan bisnis.

## **3.2 KETENTUAN PEMASARAN**

### **3.2.1 Legalitas Eksportir**

Untuk dapat melakukan bisnis ekspor dan impor di UAE perlu mendaftarkan lisensi perdagangan dan mendaftarkan di perusahaan ekspor dan impor di UAE. Misalnya untuk ke ekspor ke Dubai mendapatkannya perlu mendaftarkan terlebih dahulu ke DED (Department of Economic Development). Berikut langkahnya:

- submit pendaftaran registrasi perusahaan ke DED
- melegalkan memorandum perusahaan di DED
- submit dokumen yang diperlukan oleh DED
- membayar biaya dan akan mendapatkan lisensi perdagangan
- mendaftarkan ke dubai trade Customs

### **3.2.2 Pengiriman Sampel**

Setelah eksportir menemukan prospektif buyer, biasanya eksportir diminta mengirim sampel produk sebelum pembeli melakukan pemesanan dalam jumlah besar. Langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pastikan bahwa pembeli telah melihat produk perhiasan - setidaknya di situs web. Pastikan juga sebagai eksportir telah mendapatkan semua pendaftaran dan sertifikasi kualitas untuk produk tersebut dan yang sangat penting, eksportir dan pembeli keduanya jelas mengenai harga apabila pesanan berhasil terjadi.
- b. Sebagai pengusaha, pertama & terpenting harus memiliki IEC - pendaftaran untuk Ekspor Impor di bawah DGFT.
- c. Eksportir dan pembeli harus jelas tentang kode H.S. spesifikasi produk.
- d. Produk Anda harus bersih, tanpa debu, tanpa cacat, dan harus baru.
- e. Beri label produk Anda dengan benar dengan nama Produk, kualitas, bahan, jumlah dll. Kirim dalam jumlah dan spesifikasi yang tepat sesuai pembeli. Biasanya untuk perhiasan minimal pemesanan 300 gram per model.
- f. Kirim melalui airfreight courier melalui perusahaan Logistik. Diskusikan mengenai asuransi dengan detail. Biasanya ekspor impor ke UAe memakan waktu berkisar antara 3 hingga 4 hari.

### **3.2.3 Metode Transaksi**

Pembiayaan perdagangan menjadi semakin umum di Dubai, dan sebagian besar bank lokal dan internasional menawarkan layanan kepada perusahaan kecil dan menengah, memungkinkan mereka untuk berdagang dengan pasar lokal dan internasional.

- Letter of Credit

Untuk perdagangan ekspor impor, metode pembayaran yang dipilih oleh sebagian besar eksportir dan importir adalah Letter of credit (LCs). LCs salah satu instrumen paling aman yang tersedia untuk pedagang internasional. LC merupakan komitmen oleh bank atas

nama pembeli bahwa pembayaran akan dilakukan kepada eksportir, asalkan syarat dan ketentuan yang tercantum dalam LC telah dipenuhi, sebagaimana diverifikasi melalui penyajian semua dokumen yang diperlukan. Pembeli menetapkan kredit dan membayar banknya untuk memberikan layanan ini. LC berguna ketika informasi kredit yang andal tentang pembeli asing sulit diperoleh, tetapi eksportir puas dengan kelayakan kredit bank asing pembeli. LC juga melindungi pembeli karena tidak ada kewajiban pembayaran yang muncul sampai barang telah dikirim seperti yang dijanjikan.

- Transfer dana elektronik

Transfer dana elektronik juga banyak digunakan di UAE. Sistem Transfer Dana (U.A.E.FT) satu-satunya sistem penyelesaian secara real-time (RTGS) yang melayani pembayaran eceran dan nilai besar. Itu juga memperkenalkan sistem Nomor Rekening Bank Internasional (IBAN) untuk digunakan oleh semua pelanggan bank di negara itu pada November 2011. Sistem ini dirancang untuk meminimalkan risiko kesalahan selama transaksi lintas batas.

Sedangkan untuk jual beli di UAE, mayoritas konsumen melakukan transaksi dengan metode pembayaran sebagai berikut:

- Cash

Cara pembayaran yang paling umum dan kuno adalah uang tunai. Menurut sebuah survei, uang tunai adalah metode pembayaran yang paling disukai di UAE, tidak seperti negara lain di mana mata uang digital digunakan secara luas. Kebanyakan dari mereka lebih suka uang tunai karena mudah digunakan dan tidak memiliki biaya transaksi. Sedikit yang menyarankan bahwa penggunaan uang tunai dapat mengurangi pengeluaran berlebihan dan dapat memiliki catatan pengeluaran. Metode pembayaran lainnya termasuk biaya transaksi setiap kali Anda melakukan pembayaran

- Kartu Kredit

Cara pembayaran yang paling dipilih setelah uang tunai adalah Kartu kredit. Sekitar 70% populasi UAE menggunakan kartu kredit untuk pembayaran rutin mereka. Ini adalah opsi pembayaran ke-2 yang paling disukai oleh sebagian besar penduduk Emirat. Pemegang kartu kredit menggunakan kartu kredit setidaknya 3-4 kali seminggu.

### **3.3 HARGA**

Harga sangat penting dalam pengambilan keputusan supplier. Hal ini dikarenakan bisnis perhiasan terutama emas adalah pasar terbuka dimana konsumen dapat memantau rate harga emas di situs-situs perusahaan perhiasan kapanpun dan dimanapun.

Lalu seberapa besar margin keuntungan yang bisa diambil?

Kiat dari Ramesh Vora:

Its open market so people are aware about the costing of the labour still it can be maximum 10% negotiable

Margin keuntungan pada perhiasan berlian jauh lebih dari emas murni.

Berikut contoh perhitungan margin untuk perhiasan emas murni tanpa batu dan berlian:

- Batangan emas dibeli dalam kg & ton saat harga jatuh.
- Pelanggan akan membeli perhiasan emas dalam gram.
- Jadi ada transisi lama penyimpanan / penebaran batangan emas ke perhiasan (bandingkan Poin No.1 & 2).
- Pada setiap pembelian perhiasan, ada mark-up biaya pembuatan. Produsen mungkin mengenakan biaya 4-5% dari berat atau biaya lumpsum per desain (konsep barat). Sedangkan penjual perhiasan mengenakan biaya sekitar 15–28% sebagai biaya pembuatan. Pada beberapa desain kelas atas bahkan bisa mencapai 35%.
- Setiap kali harga emas turun, biaya pembuatan dinaikkan menjadi kuadrat. Tidak ada yang mengurangi biaya pembuatan ketika harga emas dasar naik. Biaya pembuatan akan tetap, misalnya:
  - gelang 8-14%
  - perhiasan 26% (anting & misc lainnya)
  - desain acara khusus 35%

### 3.4 Hambatan

Hambatan yang dihadapi produsen Indonesia untuk mengekspor perhiasan, batu mulia, Mutiara dan koin ke UAE diantaranya :

#### 3.4.1 Bea Impor

Kebijakan Uni Emirat Arab untuk mengenakan bea impor pada produk permata dan perhiasan dari negara lain berdampak negatif pada kinerja ekspor Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh Biro Pusat Statistik, ekspor permata dan perhiasan sepanjang Januari-November 2018 turun 27,72% YoY dibandingkan periode yang sama tahun 2017, dari US \$ 2,61 miliar menjadi US \$ 1,88 miliar. Pengenaan bea masuk 5% dari 0% oleh UAE sebenarnya telah berlangsung sejak 2017. Masalahnya adalah, dengan pengenaan bea masuk, produk perhiasan Indonesia mengalami kesulitan bersaing dengan produk negara lain yang memiliki bea masuk lebih rendah bahkan 0 % seperti Singapura. Banyak eksportir mengalihkan ekspor mereka ke Singapura dulu setelah itu produk Indonesia diekspor oleh Singapura ke UAE untuk mendapatkan bea masuk 0 %. Kondisi tersebut menguntungkan bagi Singapura. Hal yang perlu dilakukan adalah mendorong pemerintah segera menyelesaikan pembentukan perjanjian FTA dengan UAE agar memperoleh tarif 0 persen sehingga meningkatkan ekspor.

### **3.4.2 Biaya Angkut**

Hambatan lain yaitu tidak adanya dukungan transportasi langsung dari Surabaya yang merupakan hub utama produsen perhiasan Indonesia. Akibatnya, produk yang diekspor ke UAE dengan tujuan utama Dubai menjadi mahal apabila dibandingkan dengan Singapura yang memiliki jalur penerbangan langsung. Dengan demikian, pengusaha Singapura bisa melakukan negosiasi untuk mengangkut barang mereka setiap saat ke UAE. Biaya angkutnya pun jauh lebih murah.

Saat ini, pemerintah berusaha untuk mempercepat ekspor ke Dubai. Salah satunya lewat ekshibisi di Sharjah. Harapannya, dengan promosi tetap tahunan ini, image terhadap produk Indonesia bisa dipertahankan. Apalagi UAE khususnya Dubai merupakan kawasan penting bagi perdagangan Indonesia. Dubai merupakan pintu gerbang bagi seluruh pasar di tujuh emirat di UAE. Apabila produk Indonesia bisa masuk ke Dubai, maka produk tersebut berpeluang masuk ke seluruh wilayah UAE dan akan dire-ekspor ke negara lainnya.

---

## BAB IV KESIMPULAN

---

- 4.1 Eksportir Indonesia perlu meningkatkan kualitas produk HS 71 yang berdaya saing global, desain perhiasan yang unik dengan membidik segmen *middle up* dan dan harga yang kompetitif agar dapat memperluas kinerja ekspor ke Dubai
- 4.2 Eksportir Indonesia memerlukan dukungan pemerintah terutama untuk membuat perjanjian FTA dengan pemerintah UAE agar Indonesia tidak dikenakan VAT sebesar 5 persen demi mendongkrak kinerja ekspor HS 71.

## LAMPIRAN

### Data Statistik dan Informasi Umum:

- a. <http://www.uae.doingbusinessguide.co.uk/the-guide/>  
Laman online yang memberikan informasi geografis UAE dan peta demografis UAE
- b. <https://www.globalmediainsight.com/blog/uae-population-statistics/>  
Laman online yang menyajikan informasi statistic demografi UAE
- c. <https://www.dubaicitycompany.com/gems-and-jewelry-industries-of-dubai/>  
Laman online yang memberikan informasi *competitor of fine jewellery*.
- d. <https://www.goldsteinresearch.com/report/uae-gems-and-jewelry-market-size>  
Laman online yang memberikan informasi trend perhiasan di UAE.
- e. <https://www.gold.org/goldhub/gold-focus/2019/04/uae-jewellery-demand-still-dulled-vat>  
Laman online yang menyajikan informasi mengenai daya beli perhiasan di UAE
- f. <https://www.goldsteinresearch.com/report/uae-gems-and-jewelry-market-size>  
Laman online yang memberikan informasi trend
- g. Population Bulletin (Sumber) Emirate of Dubai 2018 informasi demografis Dubai
- h. <https://www.guide2dubai.com/visiting/tourist-information/uae-population>  
Laman online yang memberikan informasi demografi dubai
- i. <https://www.dubai-online.com/essential/population/>  
Laman online yang memberikan informasi jumlah populasi dubai 2019
- j. Setting up a Gold souk Gems and Jewellery Government of Gujarat Ibran Gujarat 10-13 Jan 2017 Connecting India to the world 8<sup>th</sup> Global Summit
- k. <http://www.indextb.com/documents/Setting-up-a-Gold-Souk.pdf>  
Laman online yang memberikan informasi Gold Souq
- l. <https://www.dubai.com/v/geography/>  
Laman online yang memberikan informasi geografi dubai
- m. <https://www.medhatsoliman.com/uae-legal-articles-blog/the-current-situation-on-the-gem-market-in-the-uae.html>  
Laman online yang memberikan informasi potensi pasar
- n. <https://www.dubai-online.com/essential/gold-rate/>  
Laman online yang menyajikan Informasi gold rate
- o. <https://www.livingindubai.org/top-7-best-gold-shops-dubai/>  
Laman online yang menyajikan nformasi Joyalukkas
- p. [https://www.bloomberg.com/profile/company/0120982D:UH?cic\\_redirect=3](https://www.bloomberg.com/profile/company/0120982D:UH?cic_redirect=3)  
Laman online yang menyajikan informasi damas profile

- q. [https://www.zawya.com/uae/en/company/Malabar\\_Gold\\_LLC-11023022/](https://www.zawya.com/uae/en/company/Malabar_Gold_LLC-11023022/)  
Laman online yang menyajikan Informasi Malabar Gold
- r. <https://dubaiinvestorslink.com/how-to-buy-gold-silver-bullion-coins-bars-in-dubai/>  
Laman online yang menyajikan informasi koin Canada dan amerika
- s. [www.quora.com.gambar](http://www.quora.com/gambar) profil  
Laman online yang menyajikan gambar untuk halaman judul
- t. <http://worldpopulationreview.com/world-cities/dubai-population/>  
Laman online yang memberikan informasi potensi pasar
- u. <https://www.medhatsoliman.com/uae-legal-articles-blog/the-current-situation-on-the-gem-market-in-the-uae.html>  
Laman online yang menyajikan informasi potensi pasar
- v. <http://shop.naturalgemstones.net/product-category/shop-stone/>  
Laman online yang menyajikan gambar batu rubi
- w. [tps://indonesian.alibaba.com/product-detail/2018-gorgeous-dubai-gold-plated-men-s-big-round-turquoise-stone-ring-60688914240.html](https://indonesian.alibaba.com/product-detail/2018-gorgeous-dubai-gold-plated-men-s-big-round-turquoise-stone-ring-60688914240.html)  
Laman online yang menyajikan foto untuk cincin batu pirus
- x. [ps://www.chanel.com/en\\_GB/fashion/products/costume-jewellery/earrings.html](https://www.chanel.com/en_GB/fashion/products/costume-jewellery/earrings.html)  
Laman online yang menyajikan gambar costume jewelry
- y. [tps://gulfnnews.com/business/retail/gold-losing-sparkle-in-uae-jewellery-sales-drop-23-over-high-prices-1.61776875](https://gulfnnews.com/business/retail/gold-losing-sparkle-in-uae-jewellery-sales-drop-23-over-high-prices-1.61776875)  
Laman online yang menyajikan informasi daya beli masyarakat dubai
- z. <https://comtrade.un.org/labs/dit-tradevis/?reporter=784&partner=458&type=C&commodity=71&year=2018&flow=2>  
Laman daring yang menawarkan data statistik data ekspor impor Dubai, Singapura, dan Indonesia
- aa. <https://www.dm.gov.ae/en/Business/DubaiCentralLaboratory/Pages/Inspection.aspx>  
Laman daring yang memberikan informasi dubai laboratory
- bb. <https://smallbusiness.chron.com/buyers-come-trade-show-74164.html>  
Laman online yang menyajikan informasi pameran
- cc. [https://www.researchgate.net/publication/323003395\\_The\\_Role\\_of\\_English\\_in\\_the\\_United\\_Arab\\_Emirates\\_and\\_Resulting\\_Implications\\_for\\_English\\_Teaching](https://www.researchgate.net/publication/323003395_The_Role_of_English_in_the_United_Arab_Emirates_and_Resulting_Implications_for_English_Teaching)  
<https://www.khaleejtimes.com/news/general/learning-arabic-a-value-add-for-expats-in-the-uae>  
Laman online yang memberikan informasi bahasa