

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk makanan olahan ke Uni Emirat Arab (UEA) pasca implementasi Indonesia–United Arab Emirates Comprehensive Economic Partnership Agreement (IUAE CEPA) yang berlaku sejak 1 September 2023. Dalam perspektif perdagangan internasional, IUAE CEPA merupakan bentuk perjanjian perdagangan preferensial yang bertujuan mengurangi hambatan perdagangan, memperluas akses pasar, dan meningkatkan efisiensi perdagangan melalui penurunan tarif serta penyederhanaan berbagai ketentuan perdagangan. Krugman, Obstfeld, dan Melitz (2022) menjelaskan bahwa integrasi ekonomi melalui perjanjian perdagangan dapat meningkatkan arus perdagangan antarnegara dengan menurunkan *trade costs* dan menciptakan peluang pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha. Dalam konteks tersebut, IUAE CEPA menjadi tonggak penting karena menjadikan Uni Emirat Arab sebagai negara pertama di kawasan Timur Tengah yang memiliki CEPA dengan Indonesia, sekaligus membuka akses tarif preferensial terhadap sekitar 98 persen pos tarif UEA sehingga menciptakan peluang yang lebih besar bagi peningkatan ekspor produk Indonesia, termasuk produk makanan olahan.

Sejumlah upaya telah berjalan dengan baik. Mutual Recognition Agreement (MRA) halal antara BPJPH dan otoritas UEA telah terbentuk sehingga produk bersertifikat halal Indonesia diakui secara resmi di pasar UEA. Kegiatan promosi melalui pameran Gulfood, misi dagang, business matching, dan operasional ITPC Dubai sebagai market intelligence hub juga telah berjalan aktif. Dari sisi kinerja ekspor, kategori HS 19 mencatat pertumbuhan sebesar 45,69 persen pada tahun pertama implementasi CEPA, mengindikasikan bahwa penurunan tarif berhasil meningkatkan daya saing harga pada segmen produk berbasis sereal dan tepung.

Analisis menggunakan Diamond Model Porter (1990) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif Indonesia masih tidak merata. Dimensi kondisi faktor produksi relatif kuat berkat kekayaan sumber daya alam dan sertifikasi halal yang

diakui internasional. Sebaliknya, dimensi industri pendukung masih lemah, tercermin dari posisi Indonesia di peringkat ke-63 dalam Logistics Performance Index World Bank (2023) yang menggerus keunggulan tarif CEPA. Dimensi strategi dan kapasitas perusahaan juga belum optimal, ditandai oleh rendahnya literasi eksportir, khususnya UMKM terhadap prosedur Surat Keterangan Asal (SKA) skema IUAE CEPA, sehingga fasilitas preferensi tarif belum dimanfaatkan secara maksimal.

CEPA berfungsi sebagai necessary condition, bukan sufficient condition bagi peningkatan ekspor yang berkelanjutan. Kenyataan bahwa UEA telah menandatangani CEPA dengan 32 negara dan mengimplementasikannya dengan 17 negara, termasuk Thailand dan Malaysia, menandakan bahwa preferensi tarif Indonesia tidak lagi bersifat eksklusif. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pada aspek harmonisasi standar mutu pangan, peningkatan kapasitas produksi dan konsistensi kualitas UMKM, akselerasi perundingan Indonesia–GCC FTA, serta pengembangan strategi diferensiasi produk berbasis nilai tambah dan branding yang kompetitif di pasar UEA.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Akademis

- Penelitian lanjutan disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif seperti gravity model atau Revealed Comparative Advantage (RCA) untuk mengukur dampak IUAE CEPA secara lebih presisi per subkategori HS, serta analisis komparatif strategi ekspor Indonesia dengan Thailand dan Malaysia di pasar UEA.
- Kajian khusus mengenai peran diaspora Indonesia sebagai entry point perdagangan dan implementasi Bab Ekonomi Islam dalam IUAE CEPA terkait harmonisasi sertifikasi halal BPJPH–UAE perlu dikembangkan, mengingat kedua aspek ini masih minim eksplorasi dalam literatur perdagangan internasional Indonesia.

6.2.2 Saran Praktis

- Kementerian Perdagangan perlu mengintensifkan sosialisasi SKA IUAE CEPA secara tatap muka di daerah sentra produksi UMKM
- ITPC Dubai perlu memperkuat pengembangan Indonesian Food Hub sebagai pusat distribusi permanen yang terintegrasi dengan jaringan distributor dan platform e-commerce UEA (Noon, Amazon UAE, Talabat), serta meningkatkan frekuensi business matching langsung antara eksportir Indonesia dan buyer UEA.
- Pelaku usaha dan eksportir didorong untuk berinvestasi dalam peningkatan kualitas kemasan bilingual (Arab–Inggris) sesuai standar MoIAT dan membangun diferensiasi produk berbasis keunikan Indonesia, seperti cita rasa autentik, bahan baku rempah alami, serta klaim makanan sehat dan fungsional, guna memenangkan persaingan non-tarif di pasar UEA.

Secara keseluruhan, IUAE CEPA merupakan instrumen strategis yang membuka peluang nyata bagi ekspor makanan olahan Indonesia, namun realisasinya membutuhkan sinergi yang kuat antara pemerintah, pelaku usaha, dan perwakilan perdagangan di luar negeri agar Indonesia dapat meningkatkan pangsa pasarnya secara signifikan dan berkelanjutan di pasar UEA.