



Pengaruh Impor dan Tarif Bea Masuk terhadap Pertumbuhan Pasar Skincare Korea di Indonesia Periode 2020–2023

Devi Octaviane^{1*}, Maharani Rahma²

¹⁻³ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Indonesia

*Penulis Korespondensi: viadevioc10@gmail.com¹

Abstract. *The Korean skincare market in Indonesia experienced rapid growth during the 2020–2023 period, driven by the global K-beauty trend, increasing consumer demand, and the expansion of e-commerce distribution channels. However, the influence of import value and import duty rates on market growth still requires empirical examination. This study aims to quantitatively analyze the impact of imports and import duties on the growth of the Korean skincare market in Indonesia. Secondary data were obtained from Statistics Indonesia, the Directorate General of Customs and Excise, and UN Comtrade, and analyzed using multiple linear regression to test both partial and simultaneous effects of the independent variables on the dependent variable. The results reveal that import value has a positive and significant effect on market growth, while import duties show no significant influence. These findings confirm that imports are the dominant factor driving market expansion. In conclusion, import management strategies are essential for developing the Korean skincare market in Indonesia and provide a basis for businesses and policymakers to design sustainable trade strategies.*

Keywords: *Import Duty; Import; Indonesian Cosmetics Industry; Korean Skincare; Market Growth.*

Abstrak. Pasar skincare Korea di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat pada periode 2020–2023, didorong oleh tren global K-beauty, peningkatan permintaan konsumen, serta perluasan distribusi melalui e-commerce. Namun, pengaruh nilai impor dan tarif bea masuk terhadap perkembangan pasar masih memerlukan kajian empiris. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kuantitatif dampak impor dan tarif bea masuk terhadap pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia. Data yang digunakan merupakan data sekunder dari Badan Pusat Statistik, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, serta UN Comtrade, yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial maupun simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai impor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pasar, sedangkan tarif bea masuk tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan impor menjadi faktor dominan pendorong ekspansi pasar. Kesimpulannya, strategi pengelolaan impor merupakan kunci pengembangan pasar skincare Korea di Indonesia, serta dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi perdagangan berkelanjutan.

Kata kunci: Impor; Industri Kosmetik Indonesia; Pertumbuhan Pasar; Skincare Korea; Tarif Bea Masuk.

1. LATAR BELAKANG

Skincare atau perawatan kulit merupakan rangkaian praktik yang bertujuan menjaga kesehatan dan penampilan kulit, termasuk pembersihan, pelembapan, perlindungan terhadap sinar matahari, serta penanganan masalah kulit seperti jerawat dan penuaan dini. Produk skincare semakin mendapat perhatian masyarakat modern karena perannya yang signifikan dalam gaya hidup dan upaya menjaga penampilan. Jenis produk yang tersedia beragam, mulai dari pembersih wajah, pelembap, serum, tabir surya, hingga berbagai produk perawatan khusus, yang semakin diminati konsumen di Indonesia (satria ardhi n, 2021).

Produk skincare termasuk salah satu segmen industri kosmetik global yang tumbuh paling cepat, dipicu oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan kulit dan pencegahan penuaan dini. Di Indonesia, permintaan produk skincare impor, khususnya dari

Korea Selatan, meningkat signifikan karena kemudahan akses informasi, pengaruh budaya populer seperti K-pop dan K-drama, serta kualitas dan inovasi produk yang unggul, termasuk tren “glass skin” dan strategi pemasaran berbasis media sosial (Mintel Group Ltd, 2025). Nilai pasar industri kosmetik Indonesia diperkirakan mencapai USD 7,3 miliar pada 2024, meningkat dari USD 5,1 miliar pada 2020 dengan laju pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 6,5% (Statista, 2024). Pertumbuhan ini sejalan dengan meningkatnya popularitas produk skincare Korea yang semakin diminati konsumen lokal.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2024a) menunjukkan bahwa impor kosmetik dan perawatan diri asal Korea Selatan ke Indonesia meningkat secara konsisten sepanjang 2020 hingga 2023, terutama produk dengan kode HS 3304 dan 330499 yang mencakup antiacne preparations, face creams, lotions, dan produk sunscreen (DJBC, 2023; WCO, 2023). Data UN Comtrade (2024) juga menunjukkan tren yang sama, dengan nilai impor produk skincare Korea meningkat dari USD 45,7 juta pada 2020 menjadi USD 56,7 juta pada 2023, menandakan pertumbuhan pasar yang signifikan.

Pemerintah Indonesia melakukan penyesuaian kebijakan tarif melalui Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA) dan Peraturan Menteri Keuangan No. 4 Tahun 2025 (PMK 4 TAHUN 2025, 2025), menyederhanakan tarif bea masuk kosmetik dan skincare menjadi 0%, 15%, dan 25%. Kebijakan ini bertujuan mempermudah perdagangan, namun secara tidak langsung mendorong dominasi produk impor Korea di pasar Indonesia, karena produk impor menjadi lebih terjangkau dan kompetitif dibandingkan produk lokal, sehingga menimbulkan tantangan bagi industri skincare domestik.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap pengaruh nilai impor dan tarif bea masuk secara simultan terhadap pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia, sebuah aspek yang jarang dibahas secara empiris dalam penelitian sebelumnya. Urgensi penelitian muncul karena dominasi produk impor berpotensi menurunkan daya saing produk lokal dan mempengaruhi strategi pengembangan industri domestik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai dampak impor dan tarif bea masuk terhadap pertumbuhan pasar, sekaligus menjadi acuan bagi pembuat kebijakan, pelaku industri, dan akademisi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai impor produk skincare Korea terhadap pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia, menganalisis pengaruh tarif bea masuk terhadap pertumbuhan pasar, menilai perkembangan tren impor produk skincare Korea ke Indonesia selama periode 2020–2023, dan mengevaluasi pengaruh simultan nilai impor dan tarif bea masuk terhadap pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Administrasi Bisnis dan Pertumbuhan Pasar

Dalam perspektif administrasi bisnis, perusahaan harus mampu merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Setiawan et al., 2024). Konsep ini menjadi landasan untuk memahami strategi perusahaan kosmetik Korea dalam menyesuaikan pemasaran, distribusi, dan penetapan harga di pasar Indonesia. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa manajemen yang efektif, terutama dalam strategi harga dan distribusi, berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan pasar (Ni Putu Winda Apriyani dan Ni Putu Wiwin Setyari, 2021). Dengan demikian, praktik administrasi bisnis menjadi faktor penting dalam mempertahankan pangsa pasar di tengah persaingan global dan perubahan regulasi.

Perdagangan Internasional dan Nilai Impor

Teori perdagangan internasional menekankan bahwa impor memengaruhi ketersediaan barang, harga jual, dan keseimbangan antara produk lokal dan asing (Krugman, Obstfeld, 2022). Nilai impor produk skincare Korea di Indonesia mencerminkan permintaan yang tinggi. Penelitian terdahulu menemukan bahwa peningkatan nilai impor berdampak langsung pada ketersediaan produk dan daya beli konsumen, sehingga mendorong pertumbuhan pasar (Nurfatiha et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan impor menjadi faktor penting dalam strategi perusahaan untuk mempertahankan pertumbuhan pasar.

Tarif Bea Masuk dan Daya Saing Produk

Tarif bea masuk merupakan instrumen fiskal yang memengaruhi harga barang impor dan strategi perusahaan dalam menentukan harga serta promosi. Teori perdagangan internasional menyatakan bahwa tarif dapat meningkatkan biaya produk impor dan memengaruhi keputusan konsumen (Krugman, Obstfeld, 2022). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tarif bea masuk memengaruhi daya saing produk, namun pengaruhnya bisa berkurang jika produk memiliki nilai tambah tertentu, seperti popularitas merek atau tren budaya (Christhalia Gabriela Muskitta, Tesselonika Ade Ersanti Inkracht Ulaen, 2022; Nada Zahira, 2021). Dalam konteks skincare Korea, tarif memengaruhi strategi harga, tetapi permintaan tetap tinggi karena tren dan persepsi kualitas.

Berdasarkan kajian administrasi bisnis dan perdagangan internasional, serta penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa nilai impor dan tarif bea masuk secara simultan memengaruhi pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia. Nilai impor menentukan ketersediaan dan harga, sementara tarif bea masuk memengaruhi strategi harga dan daya

saing produk. Faktor tren dan preferensi konsumen tetap menjadi pertimbangan penting. Kerangka ini mendasari penelitian untuk mengevaluasi pengaruh kedua variabel terhadap pertumbuhan pasar secara empiris.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-verifikatif untuk menganalisis pengaruh nilai impor dan tarif bea masuk terhadap pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia pada periode 2020–2023. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang diperoleh dari sumber resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC), United Nations Comtrade, serta laporan industri dan jurnal ilmiah terkait.

Subjek penelitian adalah data tahunan terkait nilai impor, tarif bea masuk, dan pertumbuhan pasar skincare Korea, sedangkan objek penelitian mencakup tiga variabel: nilai impor produk skincare Korea, tarif bea masuk produk skincare Korea, dan pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap dependen secara parsial maupun simultan. Jenis data yang digunakan berupa data kuantitatif time series, sehingga memungkinkan analisis hubungan kausal secara sistematis.

Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan data representatif dan konsisten. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data, sedangkan analisis verifikatif melalui regresi linier berganda diterapkan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan validitas model, meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Uji hipotesis dilakukan melalui uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen.

Populasi penelitian mencakup seluruh data tahunan terkait nilai impor, tarif, dan pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia selama 2020–2023, sedangkan sampel penelitian merujuk pada data tahun 2020–2023. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan studi pustaka sesuai standar pengumpulan data sekunder dalam penelitian kuantitatif.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Impor (X1) Sumber: (DJBC, 2022; United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2022)	Nilai Impor	Nilai (USD/Rp) impor produk skincare Korea ke Indonesia	Tingkat nilai impor tahunan	Rasio
Tarif Bea Masuk (X2) Sumber: (Reinert, 2020)	Tarif Bea Masuk	Persentase tarif bea masuk yang dikenakan terhadap produk skincare Korea	Tingkat tarif bea masuk per tahun	Rasio
Pertumbuhan Pasar Skincare Korea di Indonesia (Y) Sumber: (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, 2021)	Peningkatan Penjualan Produk	Jumlah penjualan produk skincare Korea di Indonesia (unit/nilai) per tahun	Tingkat pertumbuhan penjualan tahunan	Rasio

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menganalisis pengaruh nilai impor skincare Korea dan tarif bea masuk terhadap pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia menggunakan data sekunder. Data impor diperoleh dari BPS (2024) berdasarkan kode HS kosmetik Korea, tarif bea masuk bersumber dari PMK dan IK-CEPA (2022), dan nilai pasar diestimasi dari Statista (2024) serta jurnal Nurapriani et al. (2024). Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda.

Sebelum analisis regresi, kelayakan data diuji melalui uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Hasil Shapiro-Wilk menunjukkan residual berdistribusi normal ($p = 0,389$), uji scatterplot dan Glejser tidak menunjukkan heteroskedastisitas, nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 menandakan tidak ada multikolinearitas, serta Durbin-Watson = 2,604 menunjukkan tidak terjadi autokorelasi. Hal ini menandakan model regresi layak digunakan.

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai impor rata-rata 4.797.378 USD dengan fluktuasi antar tahun, tarif bea masuk rendah (rata-rata dummy 0,06), dan nilai pasar rata-rata 507,63 USD, menandakan pertumbuhan pasar yang dinamis.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Deskriptif

	N	Descriptive Statistics			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1: Impor Korea (USD)	16	2445128	8529166	4797378.06	1652818.376
X2: Tarif Bea Masuk Dummy (%)	16	0	1	.06	.250
Y: Nilai Pasar Skincare Indonesia (USD)	16	350	653	507.63	126.068
Valid N (listwise)	16				

Sumber: Data sekunder diolah peneliti, 2025

Nilai impor yang tinggi mencerminkan permintaan domestik yang kuat dan kemampuan Korea Selatan memanfaatkan keunggulan komparatif dalam sektor kosmetik (Reinert, 2020; Todaro & Smith, 2020). Tarif bea masuk yang rendah konsisten dengan implementasi IK-CEPA (2023) untuk mendorong perdagangan bilateral. Pertumbuhan pasar yang dinamis sejalan dengan pengaruh budaya populer Korea (Hallyu Wave) dan peningkatan kesadaran konsumen terhadap perawatan kulit (Febriani, 2024; Kotler et al., 2021).

Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Hasil regresi linier berganda menunjukkan $R = 0,960$ dan $\text{Adjusted } R^2 = 0,900$, yang berarti model mampu menjelaskan 90% variasi pertumbuhan pasar.

Tabel 3. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.243	.091		57.380	<.001
	X1: Impor Korea (USD)	5.818E-8	.000	.393	2.562	.026
	X2: Tarif Bea Masuk Dummy (%)	-.187	.107	-.193	-1.748	.108
	YPasar_Lag1	.001	.000	.771	711	<.001

a. Dependent Variable: LogYPasar

Sumber: Data sekunder diolah peneliti, 2025

Hasil menunjukkan bahwa impor skincare Korea berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pasar, sedangkan tarif bea masuk tidak signifikan. Variabel lag pasar menunjukkan efek momentum, bahwa pertumbuhan pasar sebelumnya mempengaruhi pertumbuhan pasar saat ini. Secara simultan, uji F menunjukkan $F = 43,186$ ($p < 0,001$), menegaskan bahwa impor, tarif, dan lag pasar bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan pasar.

Model regresi dapat digambarkan sebagai berikut:

Persamaan Regresi:

$$Y = 5,243 + 5,818 \times 10^{-8} X_1 - 0,187 X_2 + 0,001 Y_{\text{Pasar_Lag1}}$$

Interpretasi koefisien menunjukkan bahwa peningkatan impor dan momentum pasar meningkatkan pertumbuhan pasar, sementara tarif bea masuk negatif tetapi tidak signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor non-tarif dan dinamika pasar sebelumnya lebih dominan dalam memengaruhi pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia.

Pembahasan

Temuan ini mendukung teori perdagangan internasional yang menyatakan bahwa impor dapat memenuhi permintaan domestik dan mendorong pertumbuhan pasar (Todaro & Smith, 2020). Pengaruh signifikan nilai impor menunjukkan bahwa strategi perusahaan fokus pada ketersediaan produk sangat penting. Sementara itu, tarif bea masuk yang tidak signifikan menunjukkan bahwa kebijakan tarif jangka pendek belum berdampak signifikan terhadap pertumbuhan pasar, selaras dengan teori Krugman, Obstfeld, & Melitz (2022).

Pertumbuhan pasar yang dipengaruhi nilai pasar sebelumnya (lag) menandakan adanya persistensi pasar, di mana loyalitas konsumen dan pengaruh K-wave mendukung peningkatan permintaan secara berkelanjutan. Hasil ini relevan bagi pelaku bisnis untuk merancang strategi impor dan pemasaran, serta bagi pemerintah untuk meninjau kebijakan tarif dan mendukung perdagangan bilateral.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa nilai impor produk skincare Korea memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pasar skincare Korea di Indonesia selama periode 2020–2024. Peningkatan impor terbukti mendorong pertumbuhan pasar secara nyata, sedangkan tarif bea masuk tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor non-tarif, seperti permintaan konsumen dan pengaruh budaya populer Korea, memiliki peran yang lebih dominan dalam memengaruhi pertumbuhan pasar. Selain itu, perkembangan pasar sebelumnya (variabel lag) juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan pasar saat ini, menunjukkan adanya momentum pasar yang konsisten dari tahun ke tahun. Secara simultan, kombinasi antara nilai impor, tarif bea masuk, dan kondisi pasar sebelumnya terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan pasar, dengan kemampuan prediktif model sebesar 92,2%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain di luar model penelitian.

Temuan ini memberikan beberapa implikasi praktis dan teoritis. Bagi pemerintah, hasil penelitian menekankan perlunya kebijakan perdagangan yang seimbang, tidak hanya membuka akses pasar melalui perjanjian perdagangan bebas, tetapi juga mendukung industri skincare dalam negeri melalui insentif fiskal, regulasi non-tarif, serta kampanye nasional yang mendorong penggunaan produk lokal. Bagi pelaku industri skincare lokal, penelitian ini menekankan pentingnya inovasi produk, diferensiasi sesuai karakteristik kulit dan iklim Indonesia, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing terhadap produk impor. Dari perspektif konsumen, penelitian ini mendorong kesadaran untuk memilih produk secara kritis, mempertimbangkan keamanan, izin edar, dan kualitas, sekaligus mendukung pertumbuhan industri dalam negeri.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan variabel dan periode pengamatan, sehingga hasilnya bersifat deskriptif dan terfokus pada periode 2020–2024. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan waktu atau frekuensi data, menambahkan variabel lain seperti harga jual, belanja promosi, loyalitas merek, serta pengaruh budaya populer Korea terhadap perilaku konsumen. Penelitian komparatif dengan negara asal produk lain juga dapat memberikan perspektif lebih luas mengenai persaingan dan dinamika pasar skincare di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- BPS. (2024a). Buletin statistik perdagangan luar negeri ekspor menurut HS, Desember 2024. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/940d4b1b63231ab02ae0a031/foreign-trade-statistical-bulletin-exports-by-harmonized-system--december-2024.html>
- BPS. (2024b). Nilai impor menurut negara asal utama (nilai CIF: juta US\$), 2000–2023. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTAzNiMx/nilai-impor-menurut-negara-asal-utama--nilai-cif--juta-us---2000-2023.html>
- Christhalia Gabriela Muskitta, Tesselonika Ade Ersanti Inkracht Ulaen, & C. H. P. (2022). The influence of the Korean wave phenomenon on male customer purchase decisions for Korean skincare products in Indonesia. *Management, and Industry (JEMI)*, 05(03), 209–224.
- DJBC. (2022). Ketentuan buku tarif kepabeanan Indonesia (BTKI) 2022. <https://www.beacukai.go.id/faq/ketentuan-buku-tarif-kepabeanan-indonesia-btki-2022.html>
- DJBC. (2023). Ketentuan kepabeanan, cukai dan pajak atas impor dan ekspor barang kiriman. <https://www.beacukai.go.id/faq/ketentuan-kepabeanan-cukai-dan-pajak-atas-impor-dan-ekspor-barang-kiriman.html>

- Febriani, A. (2024). Pengaruh beauty influencer dan Korean wave terhadap keputusan pembelian produk skincare Korea (Studi kasus pada masyarakat Kecamatan Medan Sunggal). <https://doi.org/10.35448/jmb.v16i2.24942>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzgEACAAJ>
- Krugman, P., Obstfeld, M. (2022). *International economics: Theory and policy, global edition* (12th ed.). Pearson Education. https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/international-economics-theory-and-policy/P200000005956/9780137465699?srsId=AfmBOopos_AFJ1o87Qi7HwgIMjpiM37tiWWRA5nfD7QZHAJ9bl-Yi3y1&utm_source=
- Mintel Group Ltd. (2025). Korean beauty trends continue to capture consumers in APAC. 20 Februari. https://www.mintel.com/insights/beauty-and-personal-care/korean-beauty-trends-continue-to-capture-consumers-in-apac/?utm_source=
- Nada Zahira. (2021). Kepentingan Indonesia menaikkan tarif impor produk kosmetik (Studi kasus: Kosmetik asal Korea Selatan). 8, 1–23.
- Ni Putu Winda Apriyani, & Ni Putu Wiwin Setyari. (2021). Analisis daya saing kosmetik Korea Selatan dengan kosmetika Indonesia di pasar Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Unud*, 10(10), 4143–4171.
- Nurapriani, M., Dita Puruwita, & Nofriska Krissanya. (2024). The strategic role of brand image in linking celebrity endorsers and e-WOM with local skincare purchase intention for people in Jabodetabek. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 46–75. <https://doi.org/10.21009/jdmb.07.2.4>
- Nurfatiha, I., Nurafalakh, Z. A., Khairunnisa, A., Rabbani, M. R., & Faiz, R. (2025). Dampak ekspor impor produk skincare terhadap keberlanjutan produk lokal: Studi kasus Skintific dan implikasinya terhadap kebijakan pemerintah. 2, 1–15. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i2.2391>
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, & I. S. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*.
- PMK 4 Tahun 2025. (2025). <https://jdih.kemenkeu.go.id/dok/pmk-4-tahun-2025>
- Reinert, K. A. (2020). Ricardian model of comparative advantage. In K. A. Reinert (Ed.), *An introduction to international economics: New perspectives on the world economy* (2nd ed., pp. 44–59). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108555838.004>
- Satria Ardhi N. (2021). Mengenal sisi positif dan negatif dalam penggunaan skin care. 20 Agustus. https://ugm.ac.id/id/berita/21564-mengenal-sisi-positif-dan-negatif-dalam-penggunaan-skin-care/?utm_source=
- Setiawan, Z., Judijanto, L., Azizah, I. S., Heirunissa, H., Islami, V., Suprayitno, D., Badriawan, A. S., Putra, M. F. M., Widyastuti, T. A. R., & Andrayanti, I. (2024). *Pengantar administrasi bisnis: Teori komprehensif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=6Bb1EAAQBAJ>

- Statista. (2024). Beauty & personal care - Indonesia. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia>
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development* (13th ed.). Pearson. <https://www.mkm.ee/en/objectives-activities/economic-development>
- United Nations Comtrade. (2024). Trade statistics database. <https://comtradeplus.un.org/>
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2022). *International trade statistics yearbook 2021, Volume I*. <https://doi.org/https://doi.org/10.18356/9789210018784>
- WCO. (2023). What is the Harmonized System (HS)? <https://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/overview.aspx>