

# INFO PASAR

## KOSMETIK DAN PRODUK PERAWATAN TUBUH

### PERSERIKATAN EMIRAT ARAB

#### I. GAMBARAN UMUM

##### 1.1 Pasar Kosmetik dan Beauty & Personal Care

Pasar kecantikan dan perawatan tubuh PEA mencatatkan pertumbuhan yang kuat dan konsisten. Berdasarkan laporan IMARC Group (UAE Beauty and Personal Care Products Market Report), nilai pasar Beauty dan Personal Care PEA mencapai USD 2,55 miliar pada tahun 2024 dan diproyeksikan tumbuh hingga USD 4,13 miliar pada tahun 2033, dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (CAGR) sebesar 5,47%. Sementara itu, laporan Verified Market Research memproyeksikan pasar kosmetik PEA secara spesifik bernilai USD 2,5 miliar pada tahun 2024 dan akan mencapai USD 3,96 miliar pada tahun 2032 dengan CAGR 6,8%.

Dari sisi segmen produk, analisa dari Mordor Intelligence menunjukkan bahwa pasar kosmetik diproyeksikan mencapai USD 395,43 juta pada tahun 2025 dan tumbuh menjadi USD 487,34 juta pada tahun 2030 dengan CAGR 4,27%. Adapun pasar Beauty dan Personal Care secara keseluruhan diproyeksikan meningkat dari USD 3,29 miliar pada tahun 2025 menjadi USD 4,68 miliar pada tahun 2031 dengan CAGR yang lebih tinggi sebesar 6,05%. Pertumbuhan ini didorong oleh tiga faktor struktural: penetrasi digital yang masif (di atas 90%), populasi ekspatriat berdaya beli tinggi, dan pariwisata mewah berskala global yang terus berkembang.

Dari sisi impor, tren pertumbuhan impor kosmetik PEA sangat positif. Data ITC Trade Map mencatat total nilai impor kosmetik PEA tumbuh dari USD 2,51 miliar pada tahun 2020 menjadi USD 5,02 miliar pada tahun 2024, dengan pertumbuhan Year-on-Year tertinggi terjadi pada 2022 sebesar 24,4%. Lima negara pemasok terbesar pada tahun 2024 adalah Prancis (USD 1,53 miliar, pangsa 30,5%), Italia (USD 510,98 juta, 10,2%), Amerika Serikat (USD 510,94 juta, 10,2%), Spanyol (USD 307,43 juta, 6,1%), dan Jerman (USD 277,85 juta, 5,5%), dengan sisanya 37,5% dipasok oleh negara-negara lainnya. Indonesia saat ini berada di posisi ke-19 dengan nilai ekspor kosmetik ke PEA sebesar USD 43 juta pada tahun 2024.

Indikator	Keterangan
Nilai Pasar Beauty & Personal Care PEA (2024)	USD 2,55 Miliar
Proyeksi Nilai Pasar (2033)	USD 4,13 Miliar
Tingkat Pertumbuhan CAGR (2025–2033)	5,47% per tahun

Nilai Impor Kosmetik PEA (2024)	USD 5,02 Miliar
Pertumbuhan Impor (2020–2024)	+100% dalam 4 tahun
Segmen Terbesar	Perawatan Tubuh (40% pangsa industri kecantikan PEA)
Segmen Pertumbuhan Tercepat	Kosmetik Halal (CAGR 13,35%)
Kota Utama	Dubai (40% dari total pangsa pasar kosmetik PEA)
Pemasok Terbesar	Prancis (30,5%), Italia (10,2%), AS (10,2%)
Posisi Indonesia	Urutan ke-19, nilai ekspor USD 43 Juta (2024)

Tabel 1. Profil Pasar Kosmetik dan Beauty & Personal Care PEA — Indikator Utama (Sumber: IMARC Group; Verified Market Research; ITC Trade Map)

## 2.2 Segmen Kosmetik Halal

Salah satu segmen yang paling menjanjikan bagi eksportir Indonesia adalah kosmetik Halal. Berdasarkan laporan Research and Markets (UAE Halal Cosmetics Market), pasar kosmetik Halal PEA bernilai USD 1,72 miliar pada tahun 2024 dan diproyeksikan mencapai USD 5,31 miliar pada tahun 2033, dengan CAGR yang sangat tinggi sebesar 13,35%. Tren ini didorong oleh meningkatnya kesadaran beragama, permintaan terhadap produk natural dan etis, serta pertumbuhan e-commerce yang memudahkan akses konsumen terhadap produk bersertifikat Halal dari seluruh dunia.

Indonesia, sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia dengan ekosistem sertifikasi Halal yang telah mapan di bawah koordinasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), memiliki posisi yang sangat kompetitif untuk memanfaatkan peluang segmen ini. Produk kosmetik berbahan baku alam khas Indonesia dengan sertifikasi Halal berpotensi mendapatkan penerimaan yang lebih baik dibandingkan produk serupa dari negara-negara non-Muslim lainnya yang tidak memiliki ekosistem Halal yang sekuat Indonesia.

## II. TREN PASAR DAN PELUANG BAGI EKSPORTIR INDONESIA

### 2.1 Tren Pasar

Pasar kosmetik PEA saat ini dipengaruhi oleh beberapa tren utama yang penting dipahami oleh eksportir Indonesia.

1. Dominasi platform digital dalam perilaku pembelian. Instagram menjadi platform utama pemasaran kecantikan dengan penetrasi tertinggi yang digunakan oleh 75% konsumen PEA. Sebesar 70% transaksi e-commerce produk kecantikan dilakukan melalui perangkat seluler, dan lebih dari sepertiga konsumen PEA berbelanja produk kecantikan secara online setiap bulan. Saluran e-commerce mencatatkan CAGR tertinggi sebesar 9,34% dengan platform kunci Noon.com, Amazon.ae, Namshi, dan TikTok Shop.
2. Tren clean beauty dan kosmetik berbasis bahan alam semakin menguat. Konsumen PEA generasi muda semakin kritis terhadap kandungan produk dan

secara aktif mencari alternatif kosmetik yang lebih alami, bebas bahan kimia berbahaya, dan diproduksi secara etis. Hal ini membuka peluang nyata bagi produk kosmetik Indonesia yang kaya akan bahan botanis dan bahan alam khas tropis seperti minyak kelapa, ekstrak kunyit, dan minyak atsiri.

3. Pertumbuhan segmen perawatan pria. Berdasarkan data presentasi ITPC Dubai, perawatan pria dan deodoran (HS 3307) mencatat nilai ekspor Indonesia ke PEA sebesar USD 8,24 juta atau 19,2% dari total ekspor kosmetik Indonesia ke PEA pada tahun 2024, menjadikannya segmen terbesar ketiga. Secara global, segmen men's grooming tumbuh pesat seiring meningkatnya kesadaran perawatan diri di kalangan pria urban di kawasan Teluk.
4. Pengalaman berbelanja (experiential retail) tetap mendominasi distribusi fisik. Sebesar 47,34% distribusi kosmetik PEA masih dilakukan melalui specialty stores karena konsumen PEA sangat mengutamakan kemampuan mencoba tekstur dan aroma produk secara langsung sebelum membeli. Ini menjadikan kehadiran fisik di toko ritel spesialis seperti Sephora, Faces, dan Rituals tetap sangat relevan meskipun belanja online terus tumbuh.

## 2.2 Peluang

Peluang terbesar bagi eksportir kosmetik Indonesia terletak pada tiga ceruk utama.

1. Perawatan rambut: Indonesia sudah menempati posisi dominan dalam ekspor kosmetik ke PEA dengan HS 3305 (perawatan rambut) menyumbang 40,4% dari total ekspor atau USD 17,36 juta. Produk sampo, kondisioner, dan serum rambut berbasis bahan alam Indonesia memiliki penerimaan pasar yang sudah terbukti dan dapat terus diperluas.
2. Perawatan kulit berbasis bahan alam. Perawatan kulit (HS 3304) berkontribusi 21,8% atau USD 9,37 juta dari total ekspor kosmetik Indonesia ke PEA pada tahun 2024. Tren clean beauty yang menguat membuka peluang untuk produk skincare berbahan baku rempah dan botanis Indonesia seperti ekstrak kunyit, temulawak, dan minyak kelapa.
3. Kosmetik Halal: posisi Indonesia sebagai produsen Halal terpercaya merupakan keunggulan strategis yang sangat relevan di pasar PEA. Sertifikasi Halal dari BPJPH Indonesia diakui secara internasional dan menjadi pembeda yang kuat dibandingkan produk kosmetik dari negara Eropa yang mendominasi pasar saat ini.

## III. KINERJA EKSPOR KOSMETIK INDONESIA KE PEA

Berdasarkan data ITC Trade Map, total ekspor kosmetik Indonesia ke PEA menunjukkan tren positif dalam periode 2020–2024. Nilai ekspor meningkat dari USD 34,10 juta pada tahun 2020 menjadi USD 45,30 juta pada tahun 2023 — meskipun kemudian sedikit menurun ke USD 43 juta pada tahun 2024. Penurunan moderat ini tidak mengubah gambaran fundamental bahwa Indonesia sudah memiliki pijakan di pasar kosmetik PEA dan berada dalam posisi yang baik untuk memperkuat penetrasinya.

Dari sisi agregat perdagangan bilateral Indonesia–PEA, total perdagangan pada periode Januari–Maret 2026 mencapai USD 1,77 miliar, meningkat 35,42%

dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan momentum perdagangan yang kuat meskipun neraca perdagangan secara keseluruhan mengalami tekanan akibat lonjakan impor energi dalam konteks eskalasi konflik Timur Tengah.

Kategori Produk (HS Code)	Nilai Ekspor 2024 (Juta USD)	Pangsa dari Total (%)
Perawatan Rambut (HS 3305)	17,36	40,4%
Perawatan Kulit & Make-up (HS 3304)	9,37	21,8%
Perawatan Pria & Deodoran (HS 3307)	8,24	19,2%
Lainnya (Parfum, Bahan Aroma, dll.)	8,03	18,6%
TOTAL	43,00	100%

Tabel 2. Komposisi Ekspor Kosmetik Indonesia ke PEA Tahun 2024 (Sumber: ITC Trade Map)

## IV. REGULASI DAN PERSYARATAN MASUK PASAR

Aspek regulasi merupakan salah satu faktor paling kritis yang harus dipahami secara mendalam oleh pelaku usaha Indonesia sebelum memasuki pasar kosmetik PEA. PEA menerapkan kerangka regulasi yang komprehensif dan berlapis, melibatkan beberapa otoritas di tingkat federal maupun emirat. Ketidakpatuhan terhadap regulasi ini dapat mengakibatkan penolakan di bea cukai, denda, penarikan produk dari pasar, bahkan larangan penjualan.

### 4.1 Otoritas Regulasi

Terdapat tiga otoritas utama yang mengatur peredaran produk kosmetik di PEA, masing-masing dengan kewenangan dan fungsi yang berbeda:

Otoritas	Tingkat	Fungsi Utama
Ministry of Industry and Advanced Technology (MoIAT)	Federal	Mengelola skema sertifikasi ECAS (Emirates Conformity Assessment Scheme) yang wajib dipenuhi oleh seluruh produk kosmetik yang beredar di seluruh wilayah PEA. MoIAT mengambil alih fungsi ESMA sejak 2021.  Menetapkan standar teknis produk yang mengacu pada standar GCC (GSO 1943, GSO 2528) dan standar Eropa (EU Regulation No. 1223/2009).
Dubai Municipality (DM)	Emirat (Dubai)	Mengelola portal pendaftaran Montaji untuk izin penjualan ritel di wilayah Dubai secara khusus. Biaya pendaftaran AED 10 per aplikasi produk.
Ministry of Health and Prevention (MOHAP)	Federal	Mengawasi aspek keamanan absolut produk, memvalidasi klaim kesehatan atau medis pada

	produk kosmetik, dan dapat meminta verifikasi tambahan untuk produk dengan klaim terapeutik.
--	--

Tabel 3. Otoritas Regulasi Kosmetik PEA dan Fungsinya (Sumber: MoIAT UAE; ChemLinked UAE Cosmetic Regulation)

## 4.2 Sertifikasi ECAS

Emirates Conformity Assessment Scheme (ECAS) adalah sertifikasi wajib federal yang merupakan gatekeeper utama bagi seluruh produk kosmetik yang akan dijual di pasar PEA, tanpa terkecuali. Tanpa sertifikat ECAS yang valid, produk tidak dapat melewati bea cukai PEA dan akan ditolak atau dikembalikan ke negara asal. Berikut adalah hal-hal penting yang perlu dipahami terkait ECAS:

- Sertifikat ECAS dikeluarkan oleh Notified Bodies (lembaga sertifikasi yang ditunjuk MoIAT) seperti Intertek, TÜV Rheinland, SGS, dan Bureau Veritas — bukan langsung oleh MoIAT.
- Sertifikat ECAS berlaku selama satu tahun dan wajib diperbarui setiap tahun. Produk yang sertifikatnya kedaluwarsa tidak dapat dipasarkan hingga sertifikat baru diterbitkan.
- Importir di PEA yang memiliki trade license adalah pihak yang bertindak sebagai pemohon utama untuk produk impor.
- Khusus untuk parfum, deterjen, produk tembakau, dan minuman energi, sertifikasi ECAS tidak wajib — namun produk-produk tersebut tetap harus memenuhi standar keamanan yang berlaku.
- MoIAT mensyaratkan agar merek ECAS dicantumkan pada seluruh produk bersertifikat yang dipasarkan di PEA.

Proses penilaian ECAS mencakup dua komponen utama: (1) review formula dan daftar bahan, untuk memastikan seluruh bahan memenuhi standar GSO 1943 termasuk tidak mengandung bahan yang dilarang; dan (2) review label dan klaim produk, untuk memastikan seluruh klaim dapat dibuktikan secara ilmiah dan tidak bersifat menyesatkan sesuai GSO 2528.

## 4.3 Standar Teknis yang Berlaku

Kerangka standar teknis kosmetik PEA mengacu pada dua standar GCC utama yang selaras dengan regulasi Eropa:

Standar	Cakupan	Keterangan Penting
GSO 1943:2024	Persyaratan keamanan kosmetik dan produk perawatan diri	Standar terbaru yang mengadopsi EU Regulation No. 1223/2009 beserta pembaruannya. Daftar bahan terlarang, filter UV, pengawet, dan pewarna mengikuti standar Eropa.  Terdapat 4 bahan tambahan yang direstriksi khusus di GCC. Berlaku wajib untuk seluruh produk baru. Mulai 31 Desember 2026, seluruh produk baru wajib memenuhi ketentuan pelabelan

		alergen yang diperluas (dari 24 menjadi 80 alergen wajib dicantumkan). Seluruh produk yang beredar di pasar wajib patuh penuh per 31 Desember 2028.
GSO 2528	Klaim produk kosmetik	Mengatur persyaratan klaim produk. Klaim harus bersifat legal, jujur, berbasis bukti ilmiah, dan tidak menyesatkan. Klaim yang menyiratkan efek terapeutik atau medis (misalnya 'menghentikan penuaan', 'membunuh kuman', 'mengobati jerawat') tidak diperbolehkan dan dapat menyebabkan penolakan pendaftaran.
EU Regulation No. 1223/2009	Referensi regulasi Eropa	Dijadikan acuan utama oleh GSO 1943. Eksportir yang produknya sudah memenuhi regulasi kosmetik Eropa akan lebih mudah memenuhi persyaratan PEA.

Tabel 4. Standar Teknis Kosmetik yang Berlaku di PEA (Sumber: MoIAT UAE; ESMA; Complife Group; ChemLinked)

#### 4.4 Pendaftaran Produk di Tingkat Emirat

Setelah memperoleh ECAS Certificate of Conformity di tingkat federal, produk kosmetik harus didaftarkan secara terpisah di tingkat emirat tempat produk akan dijual. Setiap emirat memiliki otoritas pendaftaran masing-masing:

- Dubai: pendaftaran melalui portal Montaji yang dikelola Dubai Municipality, dengan biaya AED 10 per aplikasi produk.
- Abu Dhabi: pendaftaran dikelola oleh Abu Dhabi Agriculture and Food Safety Authority (ADAFSA).
- Sharjah, Ajman, Ras Al Khaimah, Fujairah, dan Umm Al Quwain: masing-masing memiliki meja pendaftaran di kantor Municipality setempat.

Pendaftaran di tingkat emirat merupakan persyaratan tambahan yang wajib dipenuhi sebelum produk dapat dipajang dan dijual secara ritel di wilayah emirat yang bersangkutan. Sertifikat registrasi emirat berlaku terpisah dari sertifikat ECAS federal.

#### 4.5 Persyaratan Pelabelan

Pelabelan produk kosmetik di PEA diatur secara ketat berdasarkan Cabinet Decision No. 18 of 2014 dan GSO 1943. Persyaratan pelabelan yang wajib dipenuhi antara lain:

- Bilingual: label wajib menggunakan dua bahasa, yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Arab. Penggunaan stiker terjemahan bahasa Arab diperbolehkan sepanjang memenuhi persyaratan keterbacaan.
- Informasi esensial: nama produk, daftar bahan (INCI — International Nomenclature of Cosmetic Ingredients), nomor batch/lot, tanggal kedaluwarsa atau tanggal minimum durabilitas, data produsen lengkap (nama, alamat, negara asal), dan volume/berat bersih.
- Simbol PAO (Period After Opening): ikon jar terbuka dengan angka yang menunjukkan batas bulan aman penggunaan setelah produk dibuka. Wajib

dicantumkan untuk semua produk dengan masa pakai lebih dari 30 bulan setelah dibuka.

- Klaim produk: klaim seperti 'Whitening', 'Anti-aging', atau 'Brightening' memerlukan bukti klinis yang dapat diverifikasi. Klaim yang bersifat medis atau terapeutik sepenuhnya dilarang.
- Alergen (berlaku mulai 31 Desember 2026 untuk produk baru): produk wajib mencantumkan daftar alergen wewangian secara lengkap apabila konsentrasinya melampaui ambang batas yang ditentukan. Jumlah alergen wajib yang harus dicantumkan diperluas dari 24 menjadi 80 jenis alergen mengikuti EU Regulation 2023/1545.

#### 4.6 Bahan Terlarang dan Terbatas

Regulasi kosmetik PEA menetapkan daftar positif (bahan yang diizinkan) dan daftar negatif (bahan yang dilarang atau dibatasi) mengacu pada standar GSO 1943:2024. Karena GSO 1943 mengadopsi EU Regulation No. 1223/2009 secara penuh, daftar bahan terlarang (Annex II) mencakup lebih dari 1.600 substansi dan daftar bahan terbatas (Annex III) mencakup ratusan entri tambahan. Di luar adopsi standar Eropa tersebut, GSO 1943:2021 menambahkan 4 (empat) bahan yang secara khusus dibatasi di kawasan GCC namun tidak direstriksi di EU. Berikut adalah ringkasan kategori dan bahan yang paling relevan bagi eksportir kosmetik Indonesia.

##### A. Bahan yang Sepenuhnya Dilarang (Prohibited Ingredients)

Kategori	Contoh Bahan	Keterangan
Logam Berat	Merkuri (Hg), Timbal (Pb), Arsenik (As), Kadmium (Cd), Antimoni (Sb)	Dilarang sebagai bahan yang disengaja. Jejak yang tidak dapat dihindari dari proses produksi masih dapat diterima jika dapat dibuktikan aman melalui safety report dan good manufacturing practice (GMP).
Bahan Karsinogenik CMR 1A/1B	Benzena, Nitrosamin	Dilarang berdasarkan klasifikasi CMR (Carcinogenic, Mutagenic, Reprotoxic) kategori 1A dan 1B sesuai Regulasi EU 1272/2008 yang diadopsi GSO 1943.
Kortikosteroid	Hydrocortisone, Betamethasone, Clobetasol	Hanya diizinkan dalam produk farmasi berdasarkan resep dokter. Tidak boleh digunakan dalam produk kosmetik.
Antibiotik	Chloramphenicol, Neomycin, Tetracycline	Dilarang dalam produk kosmetik tanpa pengecualian.
Hormon	Estrogen, Androgen, Progesteron	Dilarang digunakan sebagai bahan aktif kosmetik.
Hidrokuinon >2%	Hydroquinone di atas kadar 2%	Di atas kadar 2% dikategorikan sebagai bahan farmasi dan hanya diperbolehkan berdasarkan resep dokter. Tidak boleh ada dalam kosmetik.

Turunan Babi (Spesifik UAE/GCC)	Lard, gelatin babi, kolagen babi, asam lemak babi	Dilarang berdasarkan syariat Islam yang berlaku di UAE. Produk yang mengandung bahan ini tidak dapat memperoleh izin edar dan tidak memenuhi syarat sertifikasi Halal.
Bahan Radioaktif	Uranium, Thorium dan senyawanya	Dilarang mutlak tanpa pengecualian.
Beberapa Azo Dyes & Coal Tar Dyes	4-aminobiphenyl, Benzidine dan turunannya	Tidak masuk daftar positif pewarna yang diizinkan (Annex IV EU yang diadopsi GSO 1943). Hanya pewarna yang tercantum dalam daftar positif yang boleh digunakan.
Turunan Phenylenediamine tertentu	2-nitro-p-phenylenediamine (kondisi tertentu)	Beberapa turunan phenylenediamine sepenuhnya dilarang; sebagian lainnya masuk kategori terbatas dengan syarat ketat.

Tabel 4a. Kategori Bahan Terlarang (Prohibited) dalam Regulasi Kosmetik PEA (Sumber: GSO 1943:2024; EU Regulation No. 1223/2009 Annex II; MolAT UAE; ChemLinked; Intertek)

## B. Bahan Terbatas dengan Syarat Penggunaan (Restricted Ingredients — Selaras EU)

Bahan	Batas Maksimum / Kondisi	Keterangan Tambahan
Salicylic Acid	2% (rinse-off); 0,5% (leave-on)	Dilarang pada produk anak <3 tahun. Wajib mencantumkan peringatan pada label.
Formaldehide-releasing preservatives (DMDM Hydantoin, Imidazolidinyl Urea, dll.)	≤0,2% (umum); ≤0,1% (produk oral)	Jika kadar formaldehida dalam produk jadi >0,05%, wajib mencantumkan keterangan 'mengandung formaldehida' pada label.
Hydrogen Peroxide	Bervariasi per jenis produk: rambut ≤12%; gigi ≤0,1% (OTC); kuku bervariasi	Produk dengan kadar tinggi untuk profesional memerlukan label peringatan khusus.
Fluoride	≤0,15% (pasta gigi dewasa); ≤0,05% (anak-anak)	Produk mengandung fluorida untuk anak <6 tahun wajib mencantumkan peringatan agar tidak tertelan.
Thioglycolate (Ammonium/Calcium Thioglycolate)	≤8% (pH 7–9,5) untuk hair relaxer/perm	Hanya untuk penggunaan profesional pada kadar >2%. Wajib label peringatan lengkap.
Resorcinol	≤0,5% (produk pewarna rambut)	Wajib label peringatan risiko alergi. Dilarang pada produk selain pewarna rambut.

Pewarna Phenylenediamine (p-PPD, o-aminophenol, dll.)	Bervariasi, contoh p-PPD $\leq 2\%$	Wajib label peringatan alergi. Dilarang penggunaan pada alis dan bulu mata.
Hidrokuinon $\leq 2\%$	$\leq 2\%$ dalam hair oxidation products	Pada kadar $\leq 2\%$ hanya diizinkan dalam produk pewarnaan rambut, bukan produk perawatan kulit.
Nanoparticles (TiO <sub>2</sub> , ZnO)	Kadar bervariasi per produk	Wajib notifikasi khusus. TiO <sub>2</sub> nano diizinkan sebagai UV filter namun dilarang dalam bentuk spray yang berpotensi terhirup.
Alkohol (Ethanol/Isopropanol)	Tidak ada batas kadar umum	Untuk klaim Halal: harus dibuktikan sumber halal atau tidak melebihi ambang yang diterima. Penggunaan alkohol sintetis dari sumber non-nabati perlu justifikasi Halal.

Tabel 4b. Bahan Terbatas (Restricted) yang Selaras dengan Standar EU — Berlaku di PEA (Sumber: GSO 1943:2024; EU Regulation No. 1223/2009 Annex III; ChemLinked; Allan Chemical; Intertek)

### C. Empat Bahan Tambahan yang Khusus Dibatasi di GCC (di luar standar EU)

Berikut adalah 4 bahan yang secara spesifik ditambahkan sebagai restricted dalam GSO 1943:2021 — tidak direstriksi di EU namun wajib diperhatikan oleh eksportir yang menasar pasar PEA dan GCC:

No.	Bahan	Kondisi Pembatasan di UAE/GCC
1	Alpha-Hydroxy Acids (AHA) — glycolic acid, lactic acid, mandelic acid, dll.	Kadar tinggi memerlukan uji keamanan tambahan. Wajib mencantumkan peringatan sensitivitas UV pada label jika digunakan dalam produk yang terpapar sinar matahari.
2	Urea	Kadar tinggi (umumnya $>10\%$ ) memerlukan justifikasi keamanan tambahan dalam dossier produk. Urea kadar rendah ( $<10\%$ ) umumnya dapat diterima.
3	Vitamin A dan Esternya (Retinol, Retinyl Acetate, Retinyl Palmitate)	Batas maksimum 0,3% untuk produk leave-on wajah. Dilarang pada produk untuk anak di bawah 3 tahun. Produk yang mengandung retinol wajib mencantumkan peringatan penggunaan.
4	Cetylpyridinium Chloride	Dibatasi terutama untuk produk oral care. Kadar maksimum $\leq 0,1\%$ untuk produk yang digunakan di rongga mulut.

Tabel 4c. Empat Bahan Tambahan yang Secara Khusus Dibatasi di UAE/GCC (Spesifik GSO 1943) (Sumber: Critical Catalyst; Intertek UAE GSO 1943:2021 Update; MolAT UAE)

Mengingat daftar bahan terlarang mencakup lebih dari 1.600 entri dan daftar bahan terbatas mencakup ratusan kondisi yang berbeda-beda, eksportir sangat disarankan untuk melibatkan Cosmetic Safety Assessor berpengalaman dalam melakukan formula review sebelum mengajukan permohonan ECAS. Sebagai panduan praktis: produk yang sudah memenuhi EU Regulation No. 1223/2009 secara penuh pada umumnya akan memenuhi persyaratan GSO 1943, dengan catatan perlu pengecekan tambahan terhadap 4 bahan GCC-spesifik di atas dan memastikan produk bebas dari bahan turunan babi

#### 4.7 Dokumen Pendukung yang Diperlukan

Dalam proses pengajuan sertifikasi ECAS dan pendaftaran produk, eksportir perlu menyiapkan dua kelompok dokumen: dokumen dari negara asal dan dokumen teknis produk untuk pihak PEA.

Dari Negara Asal (Indonesia)	Dari/Untuk Pihak PEA
Free Sale Certificate — wajib dilegalisir oleh otoritas berwenang (BPOM)	ECAS Certificate of Conformity dari MoIAT (via Notified Body)
Certificate of Origin — bukti asal manufaktur, wajib untuk pemanfaatan tarif preferensial I-UAE CEPA	Product Registration di portal emirat (Montaji/ADAFSA/dll.)
GMP Certificate — wajib bagi produsen lokal sebagai bukti standar produksi	Ingredients Report & Hasil Uji Laboratorium (lab terakreditasi MoIAT)
Halal Certificate dari BPJPH — sangat dianjurkan, terutama untuk produk yang menasar segmen Muslim	Artwork/Label Produk dalam format yang disetujui (bilingual EN-AR)
Material Safety Data Sheet (MSDS) untuk bahan-bahan aktif	Trade License entitas lokal di PEA (jika eksportir mendirikan kehadiran langsung)

Tabel 5. Dokumen Pendukung yang Diperlukan untuk Masuk Pasar Kosmetik PEA (Sumber: MoIAT UAE; Artixio)

#### 4.8 Alur Pendaftaran Produk

Secara keseluruhan, proses pendaftaran produk kosmetik di PEA mengikuti enam tahapan berurutan yang wajib diselesaikan sebelum produk dapat dijual secara legal:

Tahap	Langkah	Keterangan
1	Legal Base	Dapatkan Trade License di Mainland atau Free Zone PEA. Entitas asing wajib menunjuk agen atau perwakilan lokal yang berlisensi. Atau...
2	Representation	Tunjuk Local Representative atau Authorized Agent yang berdomisili dan berlisensi di PEA. Ini merupakan persyaratan mutlak bagi perusahaan asing.
3	Testing	Lakukan uji laboratorium komprehensif di laboratorium yang diakui MoIAT, mencakup pengujian keamanan bahan, stabilitas produk, dan pengujian mikrobiologi.

4	Federal Approval (ECAS)	Ajukan permohonan ECAS Certificate of Conformity ke Notified Body yang ditunjuk MoIAT. Dokumen lengkap meliputi formula produk, daftar bahan INCI, hasil lab, label, dan Free Sale Certificate.
5	Local Retail Registration	Daftarkan produk di portal emirat tujuan penjualan. Untuk Dubai, pendaftaran melalui portal Montaji (Dubai Municipality) dengan biaya AED 10 per aplikasi.
6	Customs Clearance	Proses bea cukai dilakukan dengan menyertakan ECAS CoC yang valid beserta seluruh dokumen pendukung. Produk tanpa ECAS CoC akan ditolak masuk.

Tabel 6. Alur Pendaftaran Produk Kosmetik di PEA (Sumber: MoIAT UAE; Artixio; Intertek)

## V. PELUANG DAN TANTANGAN

Tabel berikut merangkum secara ringkas peluang dan tantangan utama yang dihadapi eksportir Indonesia dalam memasuki pasar kosmetik PEA:

Peluang	Tantangan
<p>Pasar impor kosmetik yang sangat terbuka dan terus tumbuh (impor USD 5,02 miliar pada 2024) I-UAE CEPA memberi keunggulan tarif preferensial bagi produk Indonesia Segmen kosmetik Halal tumbuh sangat pesat (CAGR 13,35%) — Indonesia produsen Halal terpercaya Posisi Dubai sebagai hub distribusi ke seluruh GCC, Afrika Timur, dan Asia Selatan Tren clean beauty dan natural ingredients membuka peluang produk berbasis bahan alam Indonesia Ekspor perawatan rambut Indonesia sudah punya pijakan kuat di PEA (40,4% dari total ekspor kosmetik) Pemerintah PEA membuka pasar secara aktif melalui berbagai perjanjian perdagangan</p>	<p>Persaingan ketat dengan Prancis, Italia, dan AS yang menguasai &gt;50% pangsa pasar Proses sertifikasi ECAS yang multi-tahap, memerlukan waktu dan biaya yang signifikan Kewajiban menunjuk perwakilan lokal di PEA sebagai syarat mutlak registrasi Standar pelabelan yang sangat ketat (bilingual, INCI, PAO, klaim berbasis bukti) Persyaratan pembaruan sertifikat tahunan memerlukan komitmen kepatuhan berkelanjutan Dominasi merek internasional besar di saluran specialty store premium Persyaratan alergen baru (80 alergen) yang berlaku mulai 2026 memerlukan reformulasi label</p>

Tabel 7. Matriks Peluang dan Tantangan Pasar Kosmetik PEA

## VI. SALURAN DISTRIBUSI DAN PAMERAN DAGANG UTAMA

Distribusi produk kosmetik di PEA dilakukan melalui beberapa saluran utama yang masing-masing memiliki karakteristik dan persyaratan berbeda. Specialty stores merupakan saluran dominan dengan pangsa 47,34% dari total distribusi kosmetik PEA. Pemain kunci di segmen ini adalah Sephora (gerai Dubai Mall-nya merupakan salah satu berkinerja terbaik di dunia), Faces, dan Rituals. Untuk memasuki saluran ini, eksportir umumnya perlu melalui importir atau distributor lokal yang sudah memiliki akun di jaringan specialty store tersebut.

Supermarket dan hypermarket seperti Carrefour, Lulu Hypermarket, dan Spinneys menguasai sekitar 20% distribusi kosmetik PEA dan merupakan saluran yang lebih mudah diakses untuk produk segmen menengah. Saluran e-commerce tumbuh paling pesat dengan pangsa sekitar 18%, dengan platform utama Noon.com, Amazon.ae, Namshi, dan TikTok Shop. Saluran ini menawarkan biaya masuk pasar yang lebih rendah dan dapat dimanfaatkan sebagai strategi awal penetrasi pasar sebelum membangun jaringan distribusi fisik. Duty-free di lima bandara utama PEA (Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, RAK, dan Fujairah) menyumbang sekitar 10% dan merupakan saluran premium yang menjangkau konsumen berdaya beli tinggi.

Dalam hal pameran dagang, Beautyworld Middle East adalah platform terpenting di kawasan MENA untuk sektor kosmetik dan perawatan tubuh. Pameran yang memasuki edisi ke-30 ini dijadwalkan berlangsung pada 6–8 Oktober 2026 di Dubai World Trade Centre, dengan lebih dari 2.500 eksibitor, 85.000 pengunjung global, dan representasi dari lebih dari 160 negara. Beautyworld Middle East merupakan platform optimal untuk meluncurkan produk baru, menemukan distributor GCC, dan mengukur daya saing pada level global. Pameran relevan lainnya meliputi ME Natural & Organic Products Expo (November 2025, Dubai WTC) yang berfokus pada tren clean beauty dan kosmetik Halal/organik, serta Dubai Derma (Maret–April 2026, Dubai WTC) yang mempertemukan profesional medis dengan merek skincare dermatologis.

ITPC Dubai siap memberikan dukungan penuh bagi pelaku usaha Indonesia yang ingin berpartisipasi dalam pameran-pameran tersebut, termasuk fasilitasi business matching, pendampingan logistik pameran, dan penyediaan informasi intelijen pasar terkini.

## **VIII. REKOMENDASI STRATEGI MASUK PASAR**

Berdasarkan seluruh analisis di atas, beberapa langkah strategis yang bisa dilakukan bagi pelaku usaha Indonesia yang berminat memasuki atau memperluas penetrasi di pasar kosmetik PEA antara lain.

1. Prioritaskan pemenuhan fondasi kepatuhan regulasi. Sertifikasi ECAS dan pendaftaran di portal emirat adalah tiket masuk yang tidak dapat dinegosiasikan. Eksportir disarankan untuk melibatkan Notified Body berpengalaman (Intertek, SGS, atau TÜV Rheinland) sejak tahap persiapan produk, bukan setelah produk selesai diproduksi. Pastikan formula produk telah direviu oleh cosmetic safety assessor yang berpengalaman dengan standar GSO 1943 sebelum mengajukan permohonan ECAS.
2. Persiapkan pelabelan dengan presisi sejak awal. Label bilingual (Inggris–Arab) yang memenuhi seluruh persyaratan GSO 1943 — termasuk daftar bahan INCI lengkap, simbol PAO, dan klaim yang dapat dibuktikan secara ilmiah — merupakan persyaratan yang sering menjadi kendala bagi eksportir pemula. Investasi dalam desain label yang profesional dan patuh regulasi akan menghemat waktu dan biaya yang jauh lebih besar di kemudian hari.
3. Maksimalkan keunggulan Halal sebagai diferensiasi strategis. Eksportir disarankan untuk mengurus sertifikasi Halal dari BPJPH sebelum memasuki pasar PEA. Meskipun sertifikasi Halal bukan kewajiban hukum mutlak, sertifikat ini berfungsi sebagai langkah strategis yang sangat efektif untuk memenangkan

kepercayaan konsumen Muslim di PEA dan membuka peluang distribusi eksklusif di jaringan ritel yang berfokus pada produk Halal.

4. Terapkan strategi distribusi omnichannel secara simultan. Jangan memilih antara saluran fisik atau digital secara eksklusif. Hadir di specialty store untuk membangun gengsi merek (brand prestige) dan di marketplace digital untuk mendorong volume penjualan. Bermitra dengan distributor lokal yang sudah memiliki jaringan ritel dan rekam jejak yang terbukti di pasar PEA adalah langkah paling efektif untuk akselerasi masuk pasar.
5. Manfaatkan PEA sebagai hub regional. PEA, khususnya Dubai, bukan hanya pasar akhir tetapi juga hub distribusi ke seluruh kawasan GCC, Afrika Timur, dan Asia Selatan. Strategi re-ekspor melalui Free Zone Dubai memungkinkan eksportir Indonesia untuk menjangkau pasar yang jauh lebih luas dari satu titik distribusi tunggal tanpa harus mendirikan operasi terpisah di setiap negara tujuan.

## Sumber Data dan Referensi

- IMARC Group. UAE Beauty and Personal Care Products Market Report and Forecast 2025–2033.
- Verified Market Research. UAE Cosmetics Market Size, Share & Forecast 2032.
- Research and Markets. UAE Halal Cosmetics Market Size, Share & Forecast to 2033.
- ITC Trade Map. Data Ekspor Kosmetik Indonesia ke PEA (HS Chapter 33), 2020–2024.
- MoIAT UAE. Emirates Conformity Assessment Scheme (ECAS) — Issue Conformity Certificates for Regulated Products. [moiat.gov.ae](http://moiat.gov.ae).
- ChemLinked. United Arab Emirates (UAE) Cosmetic Regulation. [cosmetic.chemlinked.com](http://cosmetic.chemlinked.com).
- Intertek. ECAS for Cosmetics and Perfumery Products; UAE GSO 1943:2021 Regulatory Update.
- Complife Group. Allergen Labeling: Saudi Arabia and UAE Align with EU Standards — March 2026.
- Artixio. UAE Cosmetic Product Registration & Regulations — February 2026.
- Ministry of Economy UAE. UAE–Indonesia CEPA. [moet.gov.ae](http://moet.gov.ae).
- Beautyworld Middle East 2026. Official Exhibitor Information, Dubai World Trade Centre.
- Statistics Indonesia (BPS) / Ditjen PEN. Data Perdagangan Indonesia–PEA Januari–Maret 2026.