KEMENTERIAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA
MINISTRY OF TRADE

LAPORAN INFORMASI INTELIJEN BISNIS
INDONESIAN TRADE PROMOTION CENTER
BUSAN – KOREA SELATAN

PRODUK KOSMETIK UNTUK PERAWATAN KULIT (*make-up for the care of the skin*)
HS 3304

DITERBITKAN

TAHUN 2021

KATA PENGANTAR

Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC) Busan merupakan sebuah lembaga di bawah pengawasan Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang berfungsi untuk membantu para pelaku usaha di Indonesia yang ingin memasuki pasar Korea Selatan. ITPC Busan menyediakan informasi statistik perdagangan, jalur distribusi, tren, peluang dan strategi serta hambatan dalam memasuki pasar Korea selatan.

Penulisan **Laporan Informasi Intelijen Bisnis** ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kondisi pasar **Produk Kosmetik (HS 3304)** di Korea Selatan. Beberapa data statistik dan regulasi yang berkaitan dengan komoditas tersebut di dalam laporan ini disadur dari berbagai sumber serta pusat data terpercaya sehingga data-data yang tersaji adalah *valid* adanya.

Diharapkan informasi dalam Market intelijen ini dapat bermanfaat bagi para pelaku usaha serta pihak terkait lainnya di Indonesia dalam pembuatan kebijakan dan penyusunan strategi pemasaran di Korea selatan.

Busan, Republik Korea

ITPC Busan

BAB 1

PENDAHULUAN

1. TUJUAN

Pasar produk perawatan kecantikan atau kosmetik Korea Selatan disegmentasi oleh produk perawatan pribadi seperti perawatan rambut (sampo, kondisioner, lainnya), perawatan kulit (produk perawatan wajah, produk perawatan tubuh, produk perawatan bibir), mandi dan *shower* (*shower gel*, sabun, lainnya), perawatan mulut (sikat gigi, pasta gigi, obat kumur dan bilasan), produk perawatan pria, dan deodoran dan antiperspiran; dan oleh kosmetik / produk *make-up* sebagai kosmetik wajah, kosmetik mata, produk *make-up* bibir dan kuku, produk penataan rambut dan pewarnaan. Beragam produk tersebut beredar di pasar melalui saluran distribusi yaitu, pasar tersegmentasi sebagai toko khusus, *supermarket* / hipermarket, toko serba ada, apotek / toko obat, saluran ritel *online*, dan lainnya.

Konsumen kosmetik dan produk perawatan tubuh di Korsel semakin sadar tentang bahan-bahan produk yang menggunakan bahan-bahan alami dan organik dan proses dalam pembuatannya. Misalnya, terdapat survei dari website cosmobeauty yang menyampaikan bahwa 44% wanita di Korea Selatan menggunakan lebih banyak bahan alami dan organik atau lebih sedikit bahan kimia dalam produk kecantikan mereka. Selain itu, berbagai produk perawatan kulit diperkaya dengan bahan-bahan alami seperti Aloe Vera, Snail dan lainnya untuk meningkatkan manfaat dan efektivitasnya. Kecenderungan kecantikan organik ini dapat dikaitkan dengan kesadaran dari masyarakat Korsel terhadap resiko bahan kimia tertentu yang berpotensi menyebabkan kerusakan pada kulit dan lingkungan. Dengan demikian, tren kecantikan organik ini diharapkan dapat mendorong pasar kosmetik organik dan alami di pasar.

Laporan ini akan mendalami potensi produk-produk Indonesia untuk bisa diperdagangkan di Korea Selatan. Informasi dari potensi produk inilah yang seharusnya dapat dimanfaatkan para

pelaku usaha sebagai bentuk pengembangan dalam melakukan perdagangan dengan negara mitra dagang.

Tulisan ini diharapkan memberi insight atau pemahaman baru bagi para eskportir dan calon eksportir Indonesia untuk bisa menembus pasar Korea Selatan.

2. METODOLOGI

Dalam laporan kali ini, metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif berupa wawancara dengan narasumber di negara akreditasi dan metode deskriptif kuantitatif dengan studi pustaka. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data melalui portal perdagangan dinegara akreditasi menggunakan data perdagangan terbaru, berita aktual serta pendapat ahli untuk mengetahui seberapa besar minat pada produk Indonesia yang akan diriset untuk mempertajam proses analisis, sehingga akan mendapatkan hasil yang sesuai dengan kondisi riil yang terjadi di Korea Selatan.

3. BATASAN PRODUK

Dalam penjelasan singkatnya, Produk Kosmetik dan Perawatan Kulit masuk dalam kategori perawatan pribadi, yang mana merujuk kepada Minyak atsiri dan resinoid; wewangian, kosmetik atau preparat toilet yang diproses dengan penambahan bahan kimia lain atau bahan aditif lain, yang menggunakan materi bahan organic sebagai bahan utama, kosmetik pun tak luput menjadi sebagai salah satu produksi masif di Indonesia yang berkelimpahan materi bahan baku alam. Produk-produk Kosmetik dikelompokkan ke dalam kode HS 33 sesuai dengan bahan baku dan proses pembuatannya, sementara itu Kosmetik yang dibahas dalam market intelijen difokuskan untuk kode HS 3304.

TABEL 1 KODE HS DAN DESKRIPSI

HS CODE	Uraian (ID)	Description (En)	SKEP DECREE NO	BERLAKU Valid From
3304	Preparat kecantikan atau rias dan preparat untuk perawatan kulit (selain obat-obatan), termasuk preparat penutup atau pelindung kulit terhadap sinar matahari; preparat manikur atau pedikur.	Beauty or make-up preparations and preparations for the care of the skin (other than medicaments), including sunscreen or sun tan preparations; manicure or pedicure preparations.	Peraturan Menkeu NO 6/PMK.010/2017 26-01-2017	01-03-2017
330499	- - Lain-lain :	- - Other :	Peraturan Menkeu NO 6/PMK.010/2017 26-01-2017	01-03-2017

Sumber: BTKI(Buku tarif kepabeanan Indonesia)

https://www.beacukai.go.id/btki.html

4. GAMBARAN UMUM NEGARA

Korea Selatan merupakan negara dengan ekonomi terbesar ke-11 di dunia dan memposisikan dirinya sebagai *middle power country*. Beberapa data makroekonomi Korea Selatan dapat dilihat dibawah ini.

TABEL 2 Makroekonomi Korea Selatan

No	Jenis	Data (2019)
1	Luas Wilayah	100.460 km2
2	Jumlah Penduduk	51,709,098 jiwa
3	GDP Nominal	US$ 1,647 triliyun
4	Pendapatan per kapita	US$ 33,790
5	*Real GDP Growth*	2.70%
6	Ekspor	44% *of* GDP

7	Impor	39% *of* GDP
8	Inflasi	0.30%
9	Mata Uang	Won atau KRW
10	*Purschasing Power Parity*	US% 2069.81 triliyun

Sumber: databank.worldbank.org

Korea selatan memiliki 8 (delapan) kota industri dan Free Economic Zone di antaranya adalah: (1) *Incheon Free Economic Zone (IFEZ), (2) Busan-Jinhae Free Economic Zone (BJFEZ), (3) Daegu-Gyeongbuk Free Economic Zone, (4) Hwanghae (Yellow Sea) Free Economic Zone, (5) Gwangyangman Free Economic Zone, (6) Saemangeum-Gunsan Free Economic Zone, (7) East Coast FEZ (Gangwondo), dan Chungbuk FEZ.*

Korea Selatan melakukan impor terbesar dari 3 negara / kawasan yakni Tiongkok, Uni Eropa, dan Jepang dalam hal perangkat teknologi. Perusahaan industri perangkat IT besar Korea Selatan paling banyak membutuhkan bahan mentahnya dari ketiga negara / bagian tersebut. Selain itu mitra ekspor terbesarnya adalah Tiongkok, Amerika Serikat, dan Uni Eropa. Setelah mengolah produk mentah mereka menjadi produk jadi, kebanyakan ketiga negara tersebutlah yang merupakan pasar utama dari Korea Selatan. Hal ini tak lepas dari perjanjian perdagangan bebas Korea Selatan dengan ketiga negara / kawasan tersebut sehingga mempermudah dalam hal ekspor dan impor berbagai macam produk yang dibutuhkan masing-masing negara / kawasan.

Berdasarkan data statistik perdagangan Korea Selatan selama 5 tahun terahkir, Korea Selatan mencatatkan surplus yang besar, senilai US$ 90 milyar di tahun 2015, turun 0,1% di tahun 2016 menjadi US$ 89 milyar namun kembali naik menjadi US$ 95 milyar di tahun 2017. Angka surplus neraca perdagangan menurun drastis semenjak tahun 2018 dan 2019. Dengan ada pandemi yang masih berlangsung, diperkirakan tahun 2021 juga akan membukukan penurunan neraca perdagangan.

Tabel 3 Statistik Impor dan Ekspor Korea

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total Trade	1,098.70	963.45	901.51	1,052.12	**1,140.34**	**1,045.59**	**980.13**
Export	573.1	526.9	495.46	573.71	**605.17**	**542.33**	**512.49**
Import	525.6	436.55	406.05	478.41	**535.17**	**503.26**	**467.63**
Balance	47.5	90.35	89.41	95.3	**69.99**	**39.07**	**44.86**
Major Trading Partners (2020)	**Export: 1) China; 2) USA; 3) EU**						
	Import: 1) China; 2) EU; 3) Japan						

Sumber: Data Laporan Direktorat Perundingan Bilateral Indonesia, KITA.net

Partner impor perdagangan terbesar Korea Selatan adalah Cina, EU, dan Japan. Partner ekspor perdagangan terbesar Korea Selatan adalah Cina, Amerika, dan EU. Hal ini disebabkan oleh perjanjian FTA antara Korea Selatan dengan negara-negara tersebut yang telah berlaku, sehingga menurunkan pajak impor produk dan mempermudah pengiriman suatu produk ke Korea Selatan. Tahun 2020 merupakan tahun yang berat bagi Korea Selatan dikarenakan perlambatan laju pertumbuhan neraca ekspor dan impor terbesar dalam 5 tahun terakhir hal ini akibat perang dagang yang terjadi antara Amerika Serikat dan Cina akan mempengaruhi nilai ekspor dan impor Korea Selatan yang mengakibatkan neraca perdagangan Korea Selatan berubah ditambah Akibat wabah Covid-19 dan isu resesi global yang terjadi.

Tabel 4 Statistik Neraca Perdagangan Korea Selatan terhadap Negara Asia Tenggara

Korea's Trade with Members of ASEAN (2018) (In USD Thousand) ***source: Trademap (Korea's Data)***

Countries	Import (KR)	Export (KR)	Balance (KR)	Total Trade (KR)
Vietnam	19,631	48,628	28,997	68,259
Indonesia	**11,159**	**8,868**	**-2,291**	20,027
Philippines	3,569	12,061	8,492	15,630
Singapore	7,977	11,850	3,873	19,827
Malaysia	10,205	8,982	-1,223	19,187
Thailand	5,581	8,507	2,926	14,088
Cambodia	536	661	125	1,197
Myanmar	536	534	-2	1,070
Brunei Darussalam	610	61	-549	671
Laos	30	83	53	113
Total Trade with all ASEAN Countries	59,616	100,239	40,623	100,299,188

Sumber: Data Laporan Direktorat Perundingan Bilateral Indonesia

Tabel 4 menunjukkan nilai impor dan ekspor Korea Selatan terhadap negara-negara di Asia Tenggara tahun 2018. Vietnam menjadi pasar utama Korea Selatan karena faktor sejarah dan perjanjian FTA yang telah berjalan. Indonesia berada diurutan kedua setelah Vietnam. Hal ini menandakan Indonesia merupakan partner yang important & beneficial untuk Korea Selatan.

Menteri Perdagangan RI Agus Suparmanto dan Menteri Perdagangan Korea Selatan Yoo Myung-Hee menandatangani Deklarasi Bersama Penyelesaian Perundingan Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (Indonesia-Korea Comprehensif Economic Partnership Agreement/IK-CEPA). Penandatanganan Deklarasi Bersama disaksikan Presiden Republik Indonesia Joko Widodo dan Presiden Korea Selatan, Moon Jae-in di sela-sela Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Peringatan 30 Tahun Hubungan Kemitraan ASEAN-Korea Selatan (ASEAN-RoK Commemorative Summit). Penandatanganan Deklarasi Bersama ini sekaligus menandai bahwa kedua negara kini selangkah lebih dekat menuju penandatanganan IK-CEPA. Sebelumnya, secara substansial, kedua tim perunding menyelesaikan perundingan IK-CEPA pada bulan Oktober 2019. IK-CEPA merupakan sebuah perjanjian kemitraan komprehensif kedua negara di bidang perdagangan barang, jasa, penanaman modal, ketentuan asal barang, serta kerja sama ekonomi. Dengan adanya IK-CEPA, Indonesia akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dibandingkan dengan yang selama ini diberikan melalui perjanjian ASEAN-Korea Free Trade Agreement (AKFTA). Melalui IK-CEPA, dalam bidang perdagangan barang, Indonesia akan mendapatkan akses pasar yang lebih baik untuk produk industri, perikanan, dan pertanian di pasar Korea Selatan. Sebaliknya, Indonesia akan memberikan akses pasar untuk bahan baku industri yang memfasilitasi investasi Korea Selatan di Indonesia sehingga kemitraan kedua pihak akan saling menguntungkan. Sementara untuk akses pasar sektor jasa, Korea Selatan akan membuka kesempatan kerja bagi para profesional dan tenaga ahli Indonesia. Sedangkan Indonesia akan memberikan peningkatan akses pasar untuk sektor konstruksi, distribusi, gim daring (online game), dan sektor jasa kesehatan.

Perundingan IK-CEPA sendiri terdiri dari enam kelompok kerja, yaitu Perdagangan Barang, Jasa, Investasi, Ketentuan Asal Barang, Prosedur Kepabeanan dan Fasilitasi Perdagangan

(ROOCPTF), Kerja Sama dan Pengembangan Kapasitas, serta Isu Hukum dan Kelembagaan. Setelah penandatanganan Deklarasi Bersama Penyelesaian Perundingan IK-CEPA, kedua pihak akan melanjutkan proses legal scrubbing untuk teks perjanjian yang ditargetkan selesai pada Februari 2020. Sehingga IK-CEPA dapat ditandatangani di semester pertama tahun 2020. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2018, Korea Selatan merupakan negara tujuan ekspor dan sumber impor ke-6 terbesar bagi Indonesia. Total nilai perdagangan kedua negara mencapai USD 18,62 miliar. Dari jumlah tersebut, ekspor Indonesia ke Korea Selatan tercatat sebesar USD 9,54 miliar dan impor Indonesia dari Korea Selatan sebesar USD 9,08 miliar. Dengan demikian, Indonesia surplus perdagangan terhadap Korea Selatan sebesar USD 460 juta. Komoditas ekspor andalan Indonesia ke Korea Selatan adalah batu bara, bijih tembaga, karet alam, kayu lapis, dan timah. Adapun komoditas impor utama Indonesia dari Korea Selatan adalah karet sintetis, produk baja lembaran, produk elektronik, dan kain tenun filamen sintetis (Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional, 2020).

BAB 2

PELUANG PASAR

1. TREND PRODUK

Kecantikan merupakan satu hal pokok yang sangat penting bagi masyarakat Korea, terutama wanita. Inilah alasan mendasar mengapa kosmetik menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat dan permintaan akan kosmetik di pasaran terus meningkat dari tahun ke tahun. Masyarakat Korea bisa dikatakan sebagai konsumen yang cerdas dimana mereka tidak menilai suatu produk berdasarkan harga atau brand tertentu, melainkan kualitas. Akhir-akhir ini kesadaran akan kesehatan rupanya sudah menjadi suatu trend dikalangan masyarakat, sehingga well-being produk dengan beragam variasi dan fungsi pun menjadi incaran utama.

Pertumbuhan tren setiap tahun untuk Produk Kosmetik dalam pasar perdagangan dunia dapat dikatakan cukup menjanjikan. Berdasarkan data dalam Tabel 5, nilai impor Kosmetik mengalami pertumbuhan signifikan mulai dari tahun 2015 hingga 2019 sebesar diatas 6 persen. Hal ini menjadikan terbukanya tren di tahun-tahun yang akan datang. Fenomena kenaikan tren produk ini terjadi karena kondisi perekonomian global sudah mulai membaik dan dampak dari perang dagang antara Cina dengan Amerika Serikat juga mulai dapat diatasi oleh negara-negara yang terkena dampak daripada perang dagang tersebut.

Tabel 5 : Perkembangan Nilai Impor HS 3304 (*Kosmetik*) di Dunia dalam 1,000 US$

Kode HS 3304	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nilai Impor (USD *Thousand*)	38,240,395	42,578,670	48,870,303	58,454,301	62,649,383	64,239,677

Sumber : *trademap.org,* diakses 21 Mei 2021

Berlawanan dengan trend positif yang terjadi di dunia, importasi produk Kosmetik di Korea Selatan dari dunia cenderung fluktuatif serta mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir.

Tabel 6 : Perkembangan Nilai Impor HS 3304 (Kosmetik) di Korea Selatan dalam 1,000 US$

Kode HS 3304	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nilai Impor (USD *Thousand*)	936,995	950,149	999,336	1,067,055	1,036,414	883,261

Sumber : *trademap.org,* diakses 21 Mei 2021

Berdasarkan data dalam Tabel 6, Pada tahun 2018 merupakan puncak nilai Kosmetik di pasar perdagangan Korea Selatan, namun dapat dilihat bahwa terjadi penurunan nilai *Kosmetik* ditahun setelahnya. Hal ini diakibatkan oleh menurunnya produksi disektor industri korea, kendati terdapat penurunan permintaan, secara tren 5 tahun didapat pertumbuhan 1%. Sehingga kesimpulan secara singkat dapat dikatakan pasar relatif stabil walau terdapat fluktuatif tiap tahunnya.

Tabel 7: Negara *Supplier* HS 3304 (Kosmetik) untuk Korea Selatan dalam 1,000 US$

Negara Eksportir	Nilai Impor 2015 (USD *Thousand*)	Nilai Impor 2016 (USD *Thousand*)	Nilai Impor 2017 (USD *Thousand*)	Nilai Impor 2018 (USD *Thousand*)	Nilai Impor 2019 (USD *Thousand*)	Nilai Impor 2020 (USD *Thousand*)
1. Prancis	244,117	266,400	289,296	327,281	333,031	282,637
2. Amerika Serikat	299,664	246,638	237,369	241,441	231,616	203,678
3. Jepang	123,578	159,855	165,379	186,645	145,061	103,317
10. Thailand	5,031	4,543	5,361	5,264	7,564	15,658
20. Polandia	2,159	3,442	4,340	5,076	4,641	2,543
30. Austria	215	249	648	912	834	686
31. Belanda	2,542	2,657	2,295	3,005	1,940	668

32. Cyprus	215	217	236	296	274	665
33. Meksiko	84	163	426	2,269	775	661
34. Indonesia	1,265	787	760	706	527	555

Sumber: *trademap.org,* diakses 21 Mei 2021

Indonesia menduduki peringkat ke 34 setelah Cyprus dan Meksiko. Impor dari Indonesia untuk produk ini masih terbilang kecil yaitu US$ 555 ribu hanya berperan 0,005% dari pangsa impor produk kosmetik korea selatan. Kendati demikian di tahun 2020 mengalami peningkatan berpotensi mengalami tren peningkatan permintaan untuk produk *Kosmetik* dari Indonesia di tahun mendatang. Untuk itu upaya pengenalan produk Indonesia terus diupayakan melalui kegiatan-kegiatan promosi dengan harapan memperoleh peluang dan potensi permintaan dari pelaku industri yang secara spesifik memerlukan supply dari indonesia.

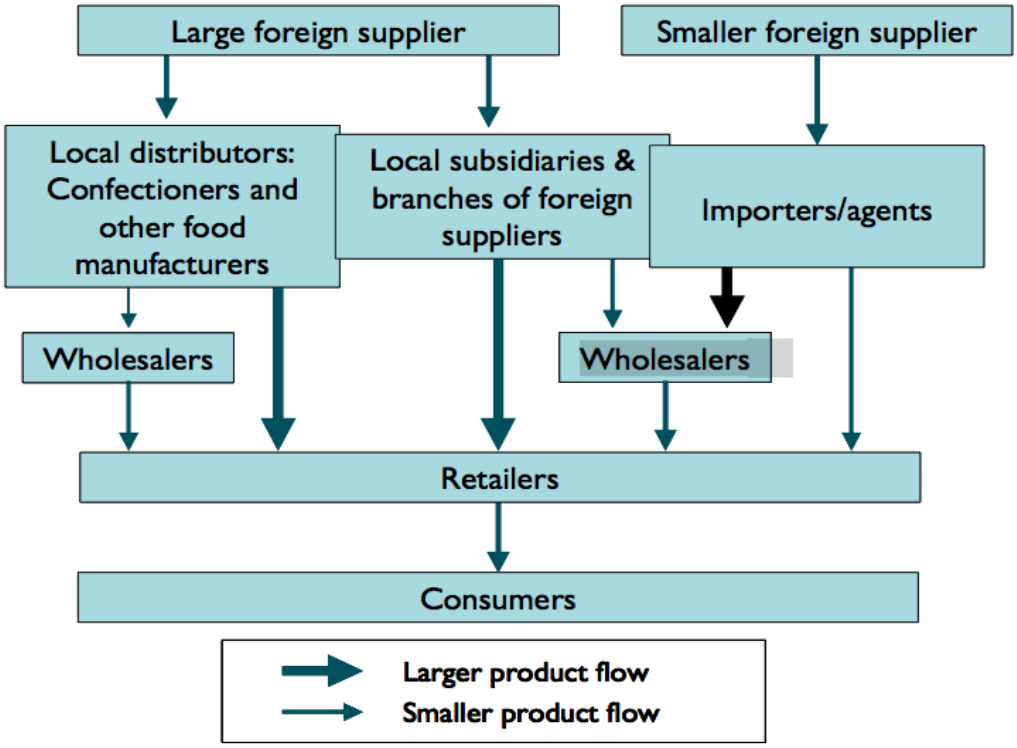
2. STRUKTUR PASAR

Untuk kondisi pasar di Korea Selatan terutama di *Kosmetik* cenderung pasar monopolistis dimana beberapa produsen menjual dengan jenis barang yang serupa namun karakteristiknya berbeda. Bahkan para produser mempunyai kapasitas untuk menentukan harga pasar walau tidak terlalu mendominasi. Untuk produk Kosmetik jenisnya sangat banyak yang beredar di pasaran, dapat berupa produk rias wajah seperti BB cream, anti aging dan whitening. Pemainnya pun beragam, baik lokal maupun asing. Tiga perusahaan kosmetik terbesar di Korea, yakni Amore Pacific Corp, LG Household & Health Care Ltd, dan Nature Republic merajai persaingan di pasaran. Industry kosmetik diprediksi akan terus meningkat mengingat semakin gencarnya performa para pelaku pasar. Sesuai dengan permintaan konsumen, para pemain tersebut memfokuskan diri dalam mengembangkan inovasi kosmetik murah dengan kualitas premium untuk memperluas pasar.

3. SALURAN DISTRIBUSI

Untuk saluran distribusi Kosmetik di Korea hal yang sangat penting adalah mengidentifikasi pasar yang bener potensial, dalam artian baik secara kualitas dan harga akan sangat berpengaruh. Setelah menemukan pasar, pencarian importir di Korea serta distributor merupakan syarat mutlak.

Untuk jalur distribusi Kosmetik secara umum masih sesuai standar baku Korea Selatan dan secara detail bisa dilihat sebagai berikut:



Tahapan awalan untuk mengekspor produk Indonesia ke Korea Selatan adalah mengecek barang-barang yang sekiranya dilarang oleh pemerintah Korea ataupun produk dengan catatan. Setelah kita memilah produk yang ingin diekspor, kita melakukan survey market di Korea Selatan, seperti potensi dari produk yang eskportir ingin jual. Informasi ini bisa dilihat dalam market brief ini. Langkah selanjutnya eksportir harus membuat akun bisnis dimana

didalamnya terdapat pendaftaran metode pembayaran yang menggunakan letter of credit (LC). Di Korea penggunaan pembayaran LC diwajibkan karena semua pencatatan metode pembayaran sudah dilakukan secara digital.

Lalu selama pembuatan akun bisnis, eksportir diharapkan untuk bisa bernegoisasi dengan importir di Korea permasalahan harga dan ketentuan lainnya. Untuk menghindari kesalahpahaman dikarenakan Bahasa, sebaiknya menggunakan penerjamah yang berlisensi. Ketentuan telah disepakati, setelah itu eksportir Indonesia mempersiapkan kemasan untuk pengiriman. Harap diperhatikan untuk aturan bea cukai yang berlaku di Korea Selatan. Setalah lolos bea cukai, dan barang diterima oleh Importir di Korea Selatan, baik importir dan eksportir dapat menyelesaikan pembayaran mereka melalui LC.

4. PERSEPSI KONSUMEN

Dalam kesempatan pengamatan diperoleh informasi bahwa didalam melakukan sebuah penetrasi produk terutama untuk Kosmetik diperlukan sebuah strategi yang tepat sasaran, oleh karena itu berikut adalah analisa SWOT dari Kosmetik untuk pasar di Korea Selatan:

1. Strengh (Kekuatan)

Produk Indonesia kaya akan kaya akan bahan baku herbal ramuan tradisional serta harga yang kompetitif dibanding pesaing. Kosmetik buatan Indonesia cukup beragam jenisnya dan dibuat dengan bahan-bahan baku yang melimpah di Indonesia. Produk Indonesia juga banyak dikenal luas di mancanegara.

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan untuk produk Kosmetik ke Korea Selatan adalah jenis kulit masyarakat Indonesia dan Korea sedikit berbeda dimana iklim Korea Selatan yang memiliki iklim sub tropis yang menjadikan pemakaian kosmetik berpengaruh pada musim, sebagai contoh pada musim dingin masyarakat Korea lebih cenderung memakai kosmetik tekstur berminyak sedangkan pada

musim panas lebih memilih kosmetik tekstur kering. Hal ini yang menjadikan perlunya kosmetik Indonesia untuk ber inovasi produk. Disisi lain Kosmetik Indonesia dalam segi packaging perlu dibuat lebih menarik dan hambatan mutu serta kualitas produk karena Pemerintah Korea Selatan sangat melindungi Warga Negara Korea dari produk-produk impor yang tidak sehat dan berbahaya bagi manusia.

3. Oportunity (Keuntungan)

Adanya tren kosmetik herbal serta kemudahan akses distribusi dengan adaya perjanjian IK-CEPA. Para pengusaha Kosmetik di Indonesia dapat merangkul dan berkerjasama dalam melakukan penetrasi ke pasar korea melalui beberapa institusi seperti KBRI Seoul dan ITPC. Ditambah Pemerintah Korea tidak memiliki rencana untuk menaikkan kebijakan tariff untuk produk ini. Selain itu, mulai banyak beredar varian Kosmetik Indonesia baik dari bahan baku herbal maupun bentuk yang beragam adalah nilai plus dibandingkan Kosmetik dari kompetitor negara lain.

4. Threat (Ancaman)

Produk lokal korea selatan selalu menciptakan inovasi baru, sehingga menjadikannya “trend setter”, ditambah loyalitas masyarakat korea umumnya terhadap produk lokal. Selain itu, banyaknya produk-produk dari US, Eropa, Cina ,dan Jepang yang sudah mendapat tempat di pasaran, sehingga sulit bagi pasar Asia Tenggara untuk menembus persaingan pasar. Sehingga perlunya penggenjotan di bidang promosi supaya masyarakat korea Selatan beralih ke Kosmetik Indonesia.

BAB 3

PERSYARATAN PRODUK

1. PENGIRIMAN DAN KETERSEDIAAN

- **Ketentuan Pengiriman**

Ketentuan Pengiriman Internasional diatur dalam **INCOTERMS** atau International Commercial Terms adalah kumpulan istilah yang dibuat untuk menyamakan pengertian antara penjual dan pembeli dalam perdagangan internasional. Incoterms menjelaskan hak dan kewajiban pembeli dan penjual yang berhubungan dengan pengiriman barang. Hal-hal yang dijelaskan meliputi proses pengiriman barang, penanggung jawab proses ekspor-impor, penanggung biaya yang timbul dan penanggung risiko bila terjadi perubahan kondisi barang yang terjadi akibat proses pengiriman. Pembeli Korea Selatan umumnya menggunakan **INCOTERMS CIF** (nama pelabuhan tujuan): Cost, Insurance and Freight, pihak penjual menanggung biaya sampai kapal yang memuat barang merapat di pelabuhan tujuan, tetapi tanggung jawab hanya sampai saat kapal berangkat dari pelabuhan keberangkatan ditambah

pihak penjual wajib membayar asuransi untuk barang yang dikirim. Hanya berlaku untuk transportasi air.

- **Ketentuan Tarif**

Berdasarkan kebijakan tarif Custom Korea, Impor Produk Kosmetik dari Indonesia dikenakan *Basic Tariff* 8%. Indonesia yang tergabung dalam ASEAN – Korea FTA mendapatkan preferensi berupa penurunan atau pembebasan tarif bea masuk nol (0) dengan detail sebagai berikut:

Tabel 8 Tarif Impor Produk Kosmetik di bawah FTA

품목번호 HS Code	품목명 Description	협정세율 Preferential Tarrif
3304	Beauty or makeup products and basic makeup products (excluding pharmaceuticals, including sunscreen and sun tan products), manicure products and pedicure products	0%
330410	Lip makeup products	0%
330430	Products for manicure and products for pedicure	0%
33049	Etc	0%
330491	Powder (whether or not compressed)	0%
330499	Etc	0%

Source: customs.go.kr

- **Persyaratan Dokumentasi Pengiriman**

Dokumen pengiriman berikut diperlukan untuk menyelesaikan Bea Cukai Korea:

Faktor Komersial: Faktur asli dan dua salinan harus disertakan dengan dokumen pengiriman dan harus menyertakan nilai total, nilai unit, kuantitas, tanda, deskripsi produk, dan pengiriman dari / ke informasi.

Sertifikat Asal: Surat Keterangan Asal. Juga disarankan agar eksportir mendiskusikan persyaratan dokumen pengiriman dengan importirnya masing-masing. Berdasarkan SKA dari produsen, importir dapat memberitahukan sertifikasi tertulis atau elektronik kepada Bea Cukai Korea. Produsen, eksportir atau importir diharuskan menyimpan semua dokumen (mis., Bill of material, dokumentasi proses manufaktur, dll.) Yang menunjukkan bahwa barang tersebut memenuhi syarat sebagai barang asal Indonesia.

Swa-Sertifikasi Asal oleh produsen atau eksportir biasanya menjadi dasar untuk memutuskan bahwa barang tersebut memenuhi syarat untuk tarif preferensial. Sertifikasi dapat dibuat untuk satu pengiriman atau untuk beberapa pengiriman barang identik, hingga dua belas bulan, dengan menentukan ini dalam sertifikasi. Importir menyerahkan sertifikasi ke Bea Cukai Korea, secara tertulis atau elektronik, termasuk setidaknya informasi berikut: Nama dan informasi kontak INSTITUSI yang memberi sertifikasi, Importir Eksportir, Produser barang, Klasifikasi Tarif Sistem Harmonisasi dan deskripsi barang.
Informasi yang menunjukkan bahwa barang tersebut berasal dari Indonesia. Ini dapat dipenuhi dengan:

Bill of Lading: Bill of lading yang bersih yang mengidentifikasi nama pengirim, nama dan alamat penerima, nama pelabuhan tujuan, deskripsi kargo, daftar harga biaya pengiriman dan asuransi (CIF), dan pengesahan penerimaan pengangkut di atas kapal untuk barang sudah cukup. Tidak ada peraturan yang berkaitan dengan bentuk bill of lading atau jumlah bill of lading yang diperlukan untuk melewati bea cukai. Karena bill of lading adalah untuk kargo laut dan darat, bill of lading menggantikan bill of lading untuk pengiriman kargo udara.

Asuransi Kelautan: Berdasarkan Incoterms (persyaratan pengiriman) yang disetujui oleh para pihak dalam transaksi, jika eksportir bertanggung jawab atas asuransi, diperlukan polis asuransi.

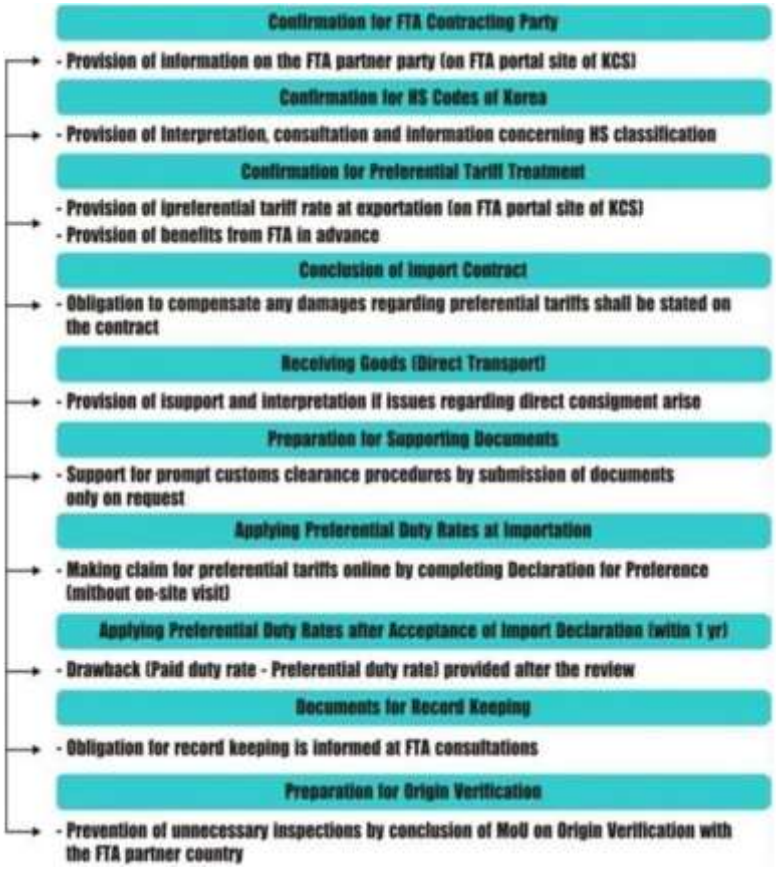
Pernyataan Impor: Pernyataan impor, biasanya disiapkan oleh importir dalam bahasa Korea, diperlukan untuk melewati bea cukai.

Dokumentasi Khusus: Informasi terkait kebutuhan dokumentasi khusus untuk pangan dan komoditas pertanian, termasuk sertifikat sanitary-phytosanitary dan dokumentasi pertanian lainnya.

- **Pengurusan Izin Import**

Selain itu ada seperti yang sudah dijelaskan diatas, Indonesia sebagai anggota ASEAN yang ikut menandatangani FTA bersama dengan Korea Selatan diharuskan mengikuti *import clearence FTA*, form D bagi eksportir Indonesia, berikut ini adalah prosedur pengurusan izin impor tersebut.

Gambar 2 Diagram Prosedur Bea Cukai Korea Selatan di bawah FTA



Source: customs.go.kr

- **Kebijakan dan Prosedur Impor**

Meskipun impor cleareance merupakan kewajiban dari importir di negara korea, ada baiknya para eksportir juga mengetahui prosedur impor di Korea. Korea selatan sangat ketat dalam menjalankan prosedur impor makanan dan minuman khususnya komposisi. **Dokumen impor yang diperlukan adalah:** Invoice, Packing List dan Bill of Loading.

1. Ada beberapa dokumen import clearance yang perlu disiapkan oleh importir yang harus diketahui oleh exporter. Misalnya, sertifikat yang dikeluarkan oleh Minitry of Food & Drugs Administration (MFDS).
2. Berkenaan dengan itu, ada baiknya para exportir mengirimkan sample terlebih dahulu kepada calon importer untuk diujikan kandungan kimia, zat adiktif, bungkus dan lain sebagainya di MFDS.
3. Dokumen yang perlu disertakan dalam pengiriman sample adalah: dokumen uji lab. yang dikeluarkan oleh Badan POM Republik Indonesia dan Lembaga uji yang terakreditasi oleh KAN atau oleh lembaga international.
4. Setelah memenuhi syarat dari MFDS maka MFDS akan mengeluarkan Certicate of Import Notication for Food. Sertifikat ini harus ditempel dalam bentuk label stiker yang berbahasa Korea pada *packaging*. Pada saat kontainer datang di pelabuhan pun masih dilakukan cek random terhadap produk yang sudah mendapat ijin dari MFDS. Sebagai catatan banyak kontainer yang di re-export atau dibakar karena ditemukan kandungan–kandungan yang tidak sesuai dengan standar yang berlaku di Korea Selatan.

- **Sistem Pelabelan**

Label merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran produk. Eksportir harus menyertakan label produk maupun label kemasan.

Beberapa hal yang perlu disertakan dalam label produk adalah sebagai berikut :

- Nama dan jenis produk
- Negara asal pembuatan
- Daftar bahan baku utama (termasuk masa jenis dan persentase)
- Bahan aditif makanan
- Saran penyimpanan
- Nama, alamat, dan no. telp importir
- Nomor lisensi importir
- Tanggal produksi
- Tanggal kadaluarsa
- Alamat untuk pengembalian barang jika ada kerusakan
- Peringatan terkait gangguan kesehatan

Label Kemasan

Sejak diberlakukannya sistem *eco-labeling* di tahun 2009, jumlah produk dengan kemasan ramah lingkungan menjadi semakin meningkat di pasaran, Pasalnya produsen dapat memperoleh akreditasi jika menyertakan label *eco-friendly* pada produknya. Disamping itu, melalui kebijakan ini pemerintah juga telah berhasil mewujudkan prinsip pengolahan sampah 3R (*recycle, reuse,* dan *reduce*) di Korea Selatan. Karenanya bagi produsen lokal maupun luar diwajibkan untuk menyertakan label “Pemisahan Sampah” (*Segregated Waste Collection*) berdasarkan jenis kemasan yang digunakan.

(PET, HDPE, LDPE, PP, PVC, OTHER, Iron, Aluminium, Paper, Carton, Glass)

2. KETENTUAN PRODUK

Untuk menghindari masuknya jenis logam beracun, maka *Ministry of Food and Drug Safety* (MFDS) menetapkan larangan penggunaan bahan-bahan seperti kadmium, merkuri, dan kromium, diatas 100 ppm. Mayoritas Perusahaan Produk Kosmetik di Korea Selatan sudah beralih menggunakan tinta berbasis minyak sayur pada kemasannya sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan.

Adapun regulasi produk kosmetik mengacu kepada peraturan *Ministry of Food and Drug Safety* (MFDS) adalah sebagai berikut:

Article 5 (Safety Control Standards of Distributed Cosmetics)

Distributed cosmetics shall comply with the safety control standards in paragraphs (1) through (4), and based on the type of distributed cosmetics, safety control standards in paragraphs (5) through (7) shall additionally apply. Moreover, tests shall be carried out with a test method specified by Appendix 4, but when it is considered appropriate scientifically and rationally, they may be carried out with a company-specific standard.

(1) Although the following substances have not been artificially added during the manufacture of cosmetics, if it is confirmed through an objective data that they have originated unintentionally such as by packing materials during the manufacturing or storing processes, where its complete removal is not technically possible, permissible detection limit of the pertinent substance shall be as follows:

1. Lead: No greater than 50 μg/g for a powder product which uses clay as its raw material. For other products, no greater than 20 μg/g
2. Arsenic: No greater than 10 μg/g
3. Mercury: No greater than 1 μg/g
4. Antimony: No greater than 10 μg/g
5. Cadmium: No greater than 5 μg/g
6. Dioxane: No greater than 100 μg/g
7. Methanol: No greater than 0.2 (v/v)%; for wet tissue, 0.002 (v/v)%
8. Formaldehyde: No greater than 2000 μg/g; for wet tissue, no greater than 20 μg/g
9. Phthalates (applicable only to dibutyl phthalate, butyl benzil phthalate, and diethyl hexyl phthalate): Net total shall be no greater than 100 μg/g.

(2) When raw materials that may not be used as shown by Appendix 1 are detected due to a reason that falls under paragraph (1), for which a permissible detection limit has not been set up, whether there is any harm or not shall be determined after conducting a risk assessment pursuant to Article 17 of the Enforcement Rule of the Cosmetics Act.

(3) Limit of microorganisms shall be as follows:

1. Aerobic viable cell count for infant and children's products and eye make-up products shall be no greater than 500/g(mL).
2. For wet tissues, bacteria and fungus count shall each be no greater than 100/g(mL).
3. For other cosmetics, bacteria and fungus count shall be no greater than 1000/g(mL).
4. Escherichia Coli, Pseudomonas aeruginosa, and Staphylococcus aureus shall not be detected.

3. KETENTUAN PEMASARAN

Untuk meningkatkan daya saing serta pangsa pasar produk Indonesia di pasar Korea Selatan dengan negara pesaing lainnya di pasar Korea Selatan, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha adalah sebagai berikut.

- **Meningkatkan kualitas produk**

  Pasar Korea Selatan sangatlah ketat dalam memilih produk impor yang masuk, terutama dalam segi kualitas bahan baku, higienitas, proses produksi, serta proses pengemasan produk. Disamping itu pelabelan dan pengemasan produk yang ramah lingkungan juga menjadi hal yang perlu diperhatikan.

- **Kemasan Produk**

Agar sebuah produk dapat bersaing dengan produk lainnya selain kualitas produk, harga yang kompetitif, Kemasan produk yang unik dan kreatif dapat membuat buyer tertarik. Kemasan Produk merupakan suatu hal terpenting dalam menarik minat konsumen sebab umumnya konsumen cenderung menilai suatu produk berdasarkan menarik atau tidaknya kemasan produk tersebut. Biasanya konsumen, yang sebagian besar wanita senang dengan kemasan yang fashionable, berwana-warni, dan memiliki kesan "premium" dengan cirri khas tersendiri. Dari sisi kualitas, biasanya perusahaan member label "organic" atau "herbal" pada produknya untuk meyakinkan konsumen bahwa produk ini benar-benar alami.

- **Natural dan Organik**

  Dengan penghasilan yang tinggi, masyarakat Korea membelanjakan untuk hidup sehat dan makanan sehat (well being), saat ini mereka melakukan pengurangan asupan garam, gula dan nasi. Dalam menunjang hidup sehat mereka juga lebih cenderung memilih makanan local yang menurut mereka sudah memiliki standar yang tinggi dan memilih makanan yang berasal dari organik.

- **Berpartisipasi Aktif dalam mengikuti pameran**

  Untuk menambah pasar luar negeri yang paling baik dilakukan adalah dengan melakukan banyak pameran di luar negeri. Banyak fasilitasi dari Pemerintah Indonesia maupun Pemerintah Korea yang diberikan kepada para pengusaha di Indonesia baik yang ditawarkan langsung oleh Pemerintah Korea kepada pengusaha Indonesia ataupun yang melewati ITPC maupun KBRI sebagai perwakilan Pemerintah Indonesia di Korea Selatan seperti *Beauty Expo Korea, Cosmobeauty Seoul* dll. ITPC Busan berpartisipasi pada Pameran Cosmobeauty Seoul. ITPC Busan memfasilitasi booth, *Virtual Business Matching* serta Promosi pada media digital. Cara untuk dapat mengikuti pameran tersebut adalah dengan mengirimkan email kepada ITPC Busan

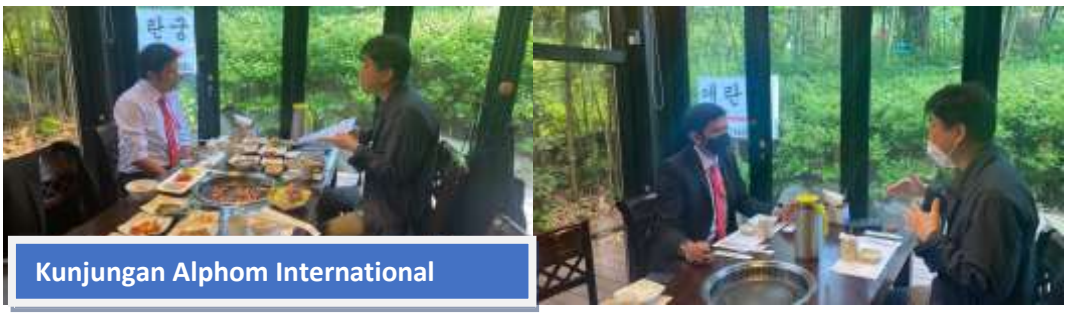
dengan melampirkan company profile dan mengirimkan sample terlebih dahulu ke ITPC Busan untuk seleksi keikutsertaan di dalam pameran.

Partisipasi ITPC Busan pada Pameran Cosmobeauty Seoul 2021

- **Proaktif menjalin kerjasama dengan perwakilan dagang luar negeri**

  Pelaku usaha juga diharapkan menghubungi dan mengikuti perkembangan terkini mengenai pasar Korea Selatan serta pemasaran produk melalui Perwakilan Dagang Luar Negeri Indonesia di Korea Selatan dalam hal ini Kedutaan Besar RI dan ITPC Busan.

  ITPC Busan secara aktif melakukan kunjungan tindak lanjut inquiries permintaan kepada calon buyer untuk mengidentifikasi kebutuhan, memberikan rekomendasi perusahaan eksportir indonesia, mendapat konfirmasi dalam hal kesediaannya diperkenalkan kepada calon eksportir serta memastikan kesinambungan pasokan dari eksportir Indonesia.



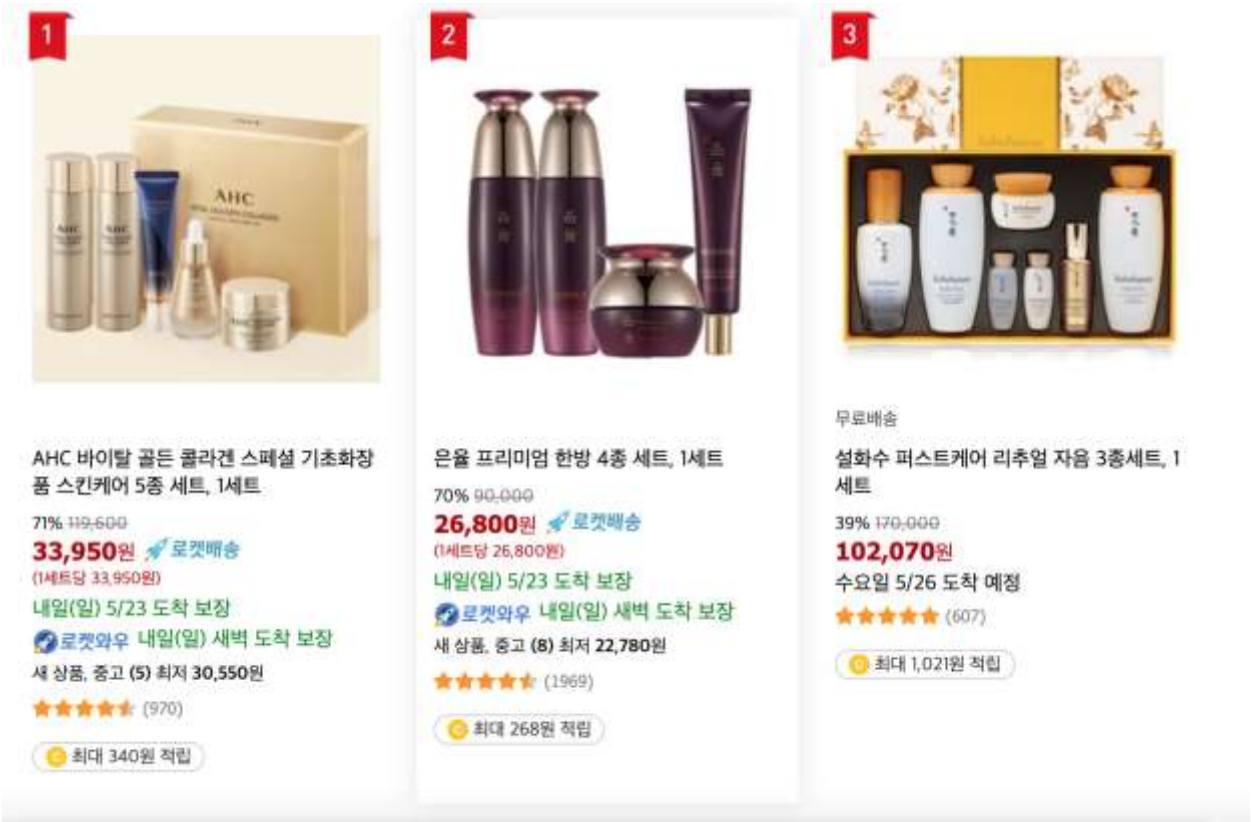
Kunjungan Alphom International

4. METODE TRANSAKSI

Untuk metode transaksi yang berlaku di Korea Selatan, dikarenakan sisem pembayaran di Korea Selatan sudah maju dan tercatat secara digital, maka pembayaran menggunakan *letter of credit* (L/C) menjadi opsi pertama dan utama yang dipersyaratkan. *Letter of credit* adalah metode pembayaran bersifat internasional yang memungkinkan eksportir menerima pembayaran tanpa menunggu kabar dari luar negeri setelah barang dan berkas dokumen diekspor ke luar negeri.

5. INFORMASI HARGA

Berikut beberapa contoh harga produk Kosmetik yang tersedia di pasar Korea Selatan dalam satuan Korea Won:



Keterangan:

Perlu dicatat bahwa harga di *website e-commerce* bervariasi, tergantung jenis dan negara asal pembuatan. Meskipun lebih banyak ditemukan produk lokal, namun produk impor dari luar negeri harga agak sedikit lebih mahal daripada produk lokal.

6. HAMBATAN PERDAGANGAN

Hambatan untuk produk Kosmetik ke Korea Selatan adalah lebih kepada hambatan mutu dan kualitas produk karena Pemerintah Korea Selatan sangat melindungi Warga Negara Korea dari produk-produk impor yang tidak sehat dan berbahaya bagi manusia. Selain jarak yang paling jauh dibandingkan dengan sesama Negara Asean serta bahasa. Hal ini berbeda yang

dialami oleh Amerika dan Malaysia dimana mereka memiliki sertifikasi makanan yang lebih baik sehingga produk dari kedua negara tersebut bisa dikirim dengan mudah di Korea Selatan.

Menurut hasil wawancara yang diperoleh dari importir di Korea Selatan Hana Pia Co. Ltd dalam kesempatan kunjungan , dapat disimpulkan bahwa:

- Kurangnya informasi detail tentang peraturan dan standarisasi negara tujuan ekspor, (terkait kendala Bahasa).
- Sangat lamanya proses ekspor di dalam negeri (Indonesia), sehingga menyebabkan pelaku usaha korea malas dan enggan untuk mengimpor *Kosmetik* dari Indonesia.
- Banyaknya calo atau agen yang ikut campur dalam proses ekspor maupun impor (dari kalangan sipil maupun oknum birokrat), sehingga menyebabkan pelaku usaha dari Korea beralih ke Negara lainnya.

BAB IV

KESIMPULAN

Pasar Kosmetik (kode HS 3304) sangat beragam jenis, sehingga peluang untuk para eksportir Indonesia sangat besar untuk berkompetisi di pasar ini. Walaupun demikian, produk asal Indonesia masih belum bisa menarik perhatian pengusaha Korea Selatan. Sehingga perlu banyak perbaikan dari kualitas produk, kapasitas produksi, peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan tentunya promosi.

Sebagai penutup dari laporan ini, hal yang perlu diperhatian oleh para eksportir untuk menembus pasar Korea Selatan adalah dengan melakukan kerjasama dengan perwakilan dagang di luar negeri, dalam hal ini ITPC Busan di Korea Selatan. Berbekal informasi dan kemampuan analisa pasar yang baik, perwakilan perdagangan di luar negeri dapat merefleksikan potensi produk dan metode penetrasi yang sekiranya paling tepat untuk memasuki pasar Korea Selatan. Selain itu, dengan partisipasi pada pameran-pameran internasional akan memberikan akses dan *exposure* yang lebih baik bagi calon mitra dagang asal Korea Selatan untuk melihat secara langsung kualitas produk-produk Indonesia. Setelah komunikasi terjalin, menjadi sebuah kewajiban untuk memberikan respon sesegera dan setransparan mungkin. Dengan demikian, tingkat kepercayaan dan kepuasan calon mitra dagang dapat terbentuk dan kedepannya tercipta sebuah *business cycle* yang berkelanjutan.

LAMPIRAN

DAFTAR IMPORTIR

Company	Address	Telp	Fax	Email	Website	Contact Person
SANGJIN CNT	91 Bangbaecheon-ro 2angil, Seocho gu, Seoul,	+82-2-581-9797	82-2-588-5247	sangjinsales@gmail.com	www.mysangjin.com	Jeong Hoon Yang,
FORCELL CO LTD	#111, Eogok-gongdan-ro, Yangsan-si, Gyeongsangnam-do,	82-55-388-2840	82-55-388-2844	trade@forcell.co.kr	www.forcell.co.kr	Lee, Hyun Suk. (010-3570-2326),
HYUN INTERNATIONAL	447-10 Bangbae-Dong, Seocho-Gu, Seoul	(82-2) 5287 0620	(82-2) 3147 0620	god842@hanmail.net		
AESTHETIC MEDICAL INTERNATIONAL	Sungmoon Building 4F, 408 Daeheugh-Dong	(82-2) 6712 6101	(82-2) 3275 3853	ami@skinami.co.kr	http://www.skinami.co.kr	Skinami, Mr,

DAFTAR NAMA PERWAKILAN KOREA SELATAN DI INDONESIA

	Nama Perwakilan	Alamat
1	Kedutaan Besar Korea Selatan, Jakarta	Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 57 Jakarta Selatan 12950 Tel : +62-21-2967-2555 Fax : +62-21-2967-2556 / 2557 E-mail : koremb_in@mofat.go.kr
2	KOTRA (Korea Trade Promotion Corporation) Jakarta	Wisma GKBI, 21F Suite 2102 Jl. Jendral Sudirman Kav. 28, Jakarta 10210, Indonesia Tel : +62-21-574-1522 Fax : +62-21-572-2187 E-mail : jakarta@kotra.or.kr
3	KOICA (Korea International Cooperation Agency) Jakarta	Jl. Gatot Subroto No.58, Jakarta Selatan 12930, Indonesia

DAFTAR NAMA PERWAKILAN INDONESIA DI KOREA SELATAN

No	Nama Perwakilan	Alamat
1	Kedutaan Besar Republik Indonesia untuk Korea Selatan di Seoul	55 Yeoeuido-dong, Yeongdeungpo-gu, Seoul 150-010, Republik Korea Telp : +82-2-783-5675/77 +82-2-783-5371 atau 72 Fax : +82-2-780-4280 E-mail : pensosbud@indonesiaseoul.org Website : www.indonesiaseoul.org / atdag-kor@depdag.go.id
2	Indonesian Trade and Promotion Center (ITPC) Busan	1st floor, #103 Korea Express Building 1211-1 Choryang-dong, Dong-gu, Busan Korea Selatan Telp : +82-51-441-1708 Fax : +82-51-441-1629 E-mail : Itpc_kor@yahoo.com Website : www.itpc-busan.kr

KAMAR DAGANG KOREA SELATAN DAN INDONESIA

- **Kamar Dagang (*Chamber of Commerce*) Korea Selatan di Indonesia, Jakarta**

  Korea Trade Center Indonesia, Korea Association Building 2nd floor

  Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav.58 Jakarta 12780

  Phone : +62-21-521-2515 / +62-21-527-2054

  Fax : +62-21-521-2486

  E-mail : info@innekorean.or.id

  Website : www.innekorean.or.id

- **Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN)**

  Menara Kadin Indonesia 29th floor

  Jl. H.R. Rasuna Said X-5 Kav.2-3 Jakarta 12950

  Phone : +62-21-527-4484

  Website : www.kadin-indonesia.or.id

- **Asosiasi Perdagangan Korea Selatan (Korea Trade-Investment Promotion Agency)**

  300-9, Yeomgok-dong, Seocho-gu, Seoul

  Phone : +82-2-3460-7114

  Fax : +82-2-3460-7777

  Website : www.kotra.or.kr

- **Association of Foreign Trading Agent Korea**

  KOIMA Building, Hangang-ro 2-ga, Yongsan-gu, Seoul,

  Phone : +82-2-792-1581/4

  Fax : +82-2-785-4373

  E-mail : aftakol@magiclink.dacom.co.kr

  Website : www.aftak.or.kr

INFORMASI LEBIH LANJUT TERKAIT PRODUK

1.	Shinsaegae International	http://www.sikorea.co.kr/
2.	Lotte Shopping	http://www.ellotte.com/main.ldpm?incoming=lotte
3.	Hyundai Department Store	http://www.ehyundai.com/newPortal/index.jsp
4.	Shilla Duty Free	http://www.shilla.net/en/seoul/service/dutyfree.jsp
5.	Korea Cosmetic Association	www.kcia.or.kr
6.	Korea Pharmaceutical Traders Association	www.kpta.or.kr
7.	Korea CustomsService	www.customs.go.kr

DAFTAR PAMERAN

Pameran Kosmetik	Website
Beauty Expo Korea	www.expobeauty.co.kr
Cosmo Beauty Seoul	www.cosmobeautyseoul.com
Gwangju International Senior Fair	www.seniorfair.kr

DAFTAR PUSTAKA

Referensi :

Berry, S., & Reiss, P. (2007). Empirical models of entry and market structure. Handbook of industrial organization, 1845-1886.

Ditjenppi.kemendag.go.id. 2020. Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional. [online] Available at: <http://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/berita/detail/deklarasi-bersama-penyelesaian-perundingan-ik-cepa-langkah-pasti-menuju-penandatanganan-perjanjian> [Accessed 12 September 2020].

Feenstra, R., & Kee, H. L. (2008). Export Variety and Country Productivity: ESTIMATING THE MONOPOLISTIC COMPETITION MODEL WITH ENDOGENOUS PRODUCTIVITY. Journal of international Economics.

Geroski, P. A. (1990). Innovation, Technological Oppurtunity, and Market Structure. Oxford Economic Papers, 586-602.

Horstmann, I. J., & Markusen, J. R. (1992). Endogenous market structures in international trade (natura facit saltum). Journal of international Economics, 109-129.

Jung, S., 2020. Fitch Lowers South Korean Economic Growth Forecast. [online] Businesskorea. Available at: <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=51509> [Accessed 10 September 2020].

Kim, D., 2020. South Korea'S 'New Deal'. [online] Thediplomat.com. Available at: <https://thediplomat.com/2020/07/south-koreas-new-deal/> [Accessed 10 September 2020].

Madeinkoreablog, 2020. Most Elegant Korean Jewellery Trending Across The World. [online] Made in Korea Products Blog by Best Made in Korea. Available at: <https://www.bestmadeinkorea.com/blog/fashion-accessories/korean-jewellery-trends/> [Accessed 12 September 2020].

Salop, S. C. (1979). Monopolistic Competition with Outside Goods. The Bell Journal of Ecnomics, 141-156.