

Islamic Branding: Peluang Kosmetik Indonesia di Uni Emirat Arab = Islamic Branding: Opportunities for the Indonesian Cosmetics Industry in the United Arab Emirates

Silmi Sabila Azmi Rosemaladewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920528530&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri kosmetik halal mendapat perhatian dan perkembangan yang signifikan. Dalam beberapa tahun ini terjadi peningkatan permintaan produk bersertifikat halal di kalangan konsumen muslim di Uni Emirat Arab. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji bagaimana aspek budaya mempengaruhi masyarakat Emirat terhadap produk dengan branding Islami dan mengelaborasi faktor-faktor yang mendukung peluang kosmetik halal Indonesia di UEA yang berkaitan dengan strategi Islamic Branding. Penelitian dilakukan dengan tinjauan kepustakaan dan studi media. Temuan penelitian menunjukkan Indonesia memiliki peluang untuk memasarkan produk kosmetik halal dengan strategi branding Islami ke UEA. UEA menjadi pasar yang potensial sebab adanya kedekatan budaya sebagai sesama negara dengan penduduk mayoritas muslim membuat konsumen UEA memilih produk kosmetik bersertifikasi halal. Hal ini membuat kosmetik halal Indonesia memiliki daya tarik dan berperan sebagai alternatif yang jauh lebih aman bagi masyarakat muslim UEA. Tingginya permintaan dan daya beli kosmetik halal, meningkatnya persentase wanita karir dan tren fesyen di Emirat, serta situasi geopolitik UEA dapat dimanfaatkan sebagai pintu masuk ke negara tetangga Emirat, baik negara-negara Timur maupun Barat untuk meningkatkan eksposur kosmetik halal Indonesia. Di sisi lain, Indonesia juga telah meningkatkan hubungan bilateralnya dengan UEA, melalui perjanjian UAE-CEPA dan berpartisipasi aktif dalam pameran dagang Internasional di UEA.

.....The halal cosmetics industry has gained significant attention and development. In recent years, there has been an increasing demand for halal-certified products among Muslim consumers in the United Arab Emirates (UAE). This research aims to explore how cultural aspects influence Emirati society's perception of Islamic-branded products and elaborate on the factors supporting the opportunities for Indonesian halal cosmetics in the UAE, particularly related to Islamic branding strategies. The research was conducted through literature review and media studies. Findings of the research indicate that Indonesia has the potential to market halal cosmetics with Islamic branding strategies in the UAE. The UAE presents a promising market due to its cultural proximity as a fellow Muslim-majority country, leading Emirati consumers to prefer halal-certified cosmetic products. This makes Indonesian halal cosmetics appealing and a safer alternative for Muslim communities in the UAE. The high demand and purchasing power for halal cosmetics, the increasing percentage of career women, and fashion trends in the Emirates, along with the stable geopolitical situation, can be utilized as entry points to neighboring countries, both in the East and the West, to increase the exposure of Indonesian halal cosmetics. On the other hand, Indonesia has also strengthened its bilateral relations with the UAE through the UAE-CEPA agreement and active participation in international trade exhibitions in the UAE. These efforts further enhance the potential for expanding the market and winning the hearts of UAE consumers for Indonesian halal cosmetics, leveraging the Islamic branding strategy.