

ANALISA PERAN UMKM PRODUK KECANTIKAN TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Aziza Istiqamah¹, Inggit Kumorojati², Ruth Dahlia Pangaribuan³, Selika Rahma Raidatullah⁴,
Saridawati⁵

¹63221056, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Bina Sarana Informatika

²63220428, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Bina Sarana Informatika

³63220039, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Bina Sarana Informatika

⁴63220515, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Bina Sarana Informatika

⁵Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
³dahliaruth097@gmail.com

Abstrak

Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor produk kecantikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia menjadi fokus utama dalam analisis ini. UMKM produk kecantikan memiliki kontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Studi ini juga mengidentifikasi tantangan utama seperti persaingan pasar, keterbatasan akses modal, dan perubahan tren konsumen. Berdasarkan data statistik, sektor ini menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia dan menyumbang sekitar 60,3% dari Produk Domestik Bruto (PDB). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM produk kecantikan melalui digitalisasi, sertifikasi, dan dukungan regulasi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan masyarakat dalam mengoptimalkan potensi UMKM untuk keberlanjutan ekonomi.

Kata Kunci: UMKM, produk kecantikan, kesejahteraan masyarakat, digitalisasi, ekonomi lokal, lapangan kerja, pemberdayaan ekonomi

Article History

Received: December 2024

Reviewed: December 2024

Published: December 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under

a [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kecil dan menengah, atau UMKM, memainkan peran besar dalam ekonomi Indonesia, termasuk dalam industri kecantikan. Perkembangan pesat industri kecantikan, yang mencakup berbagai macam produk seperti kosmetik, perawatan kulit, dan produk perawatan pribadi lainnya, semakin diminati oleh masyarakat, baik di pasar lokal maupun global. Perkembangan pesat industri ini telah mendorong peningkatan jumlah UMKM di industri tersebut, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi tetapi juga memberikan peluang kerja bagi banyak orang.

Dalam konteks Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kecantikan memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) berdampak langsung pada pendapatan masyarakat, memperkenalkan produk lokal, dan menawarkan peluang bisnis bagi pengusaha kecil dan menengah. Sebaliknya, UMKM meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan keterampilan, kualitas hidup, dan pemberdayaan perempuan.

Meskipun UMKM produk kecantikan memiliki banyak potensi, ada banyak tantangan untuk menjalankan bisnis di industri ini. Hambatan utama yang perlu diatasi adalah persaingan yang ketat, perubahan tren pasar yang cepat, dan keterbatasan dalam mendapatkan modal dan teknologi. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis yang lebih mendalam tentang bagaimana UMKM produk kecantikan memengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat ditemukan cara yang lebih baik untuk mendorong pertumbuhan sektor UMKM yang berkelanjutan dengan dampak positif bagi masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana UMKM produk kecantikan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pelaku usaha di bidang ini. Diharapkan analisis ini akan memberikan wawasan yang lebih jelas bagi pengambil kebijakan, pelaku usaha, dan masyarakat umum dalam mengoptimalkan potensi UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.2 Perumusan Masalah

Untuk mengeksplorasi peran UMKM produk kecantikan terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat, penelitian ini perlu menjawab beberapa pertanyaan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan. Berikut ini adalah rumusan masalah penelitian:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM produk kecantikan di Indonesia?
2. Bagaimana kontribusi UMKM produk kecantikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana UMKM produk kecantikan berkontribusi pada tingkat kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini akan berkonsentrasi pada dampak ekonomi, sosial, dan masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha di industri ini. Berikut ini adalah tujuan penelitian ini:

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM produk kecantikan di Indonesia.
2. Menganalisis kontribusi UMKM produk kecantikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pengembangan UMKM, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk pelaku UMKM di industri produk kecantikan, dapat memberikan wawasan dan informasi yang berguna mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan bisnis mereka, serta strategi untuk meningkatkan daya saing mereka, serta dampak ekonomi usaha mereka terhadap kesejahteraan masyarakat.
2. Untuk masyarakat umum, dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran UMKM di industri produk kecantikan dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat, serta membuka kesadaran akan pentingnya dukungan terhadap produk lokal untuk meningkatkan kesejahteraan bersama.
3. Bagi peneliti, dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, sosial, dan manajemen UMKM, khususnya yang berfokus pada sektor industri kecantikan, serta menjadi referensi bagi penelitian lanjutan di bidang ini.

LANDASAN TEORI DAN PEMBAHASAN

2. 1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian sebagai Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan secara mandiri oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil menurut Undang-Undang.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha yang memiliki kriteria berdasarkan omset tahunan dan jumlah karyawan. Berikut adalah kriteria untuk masing-masing kategori :

1. Usaha Mikro, memiliki omset tahunan paling banyak Rp300 juta dan memiliki maksimal 4 orang karyawan.
2. Usaha Kecil, memiliki omset tahunan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar dan memiliki maksimal 19 orang karyawan.
3. Usaha Menengah, memiliki omset tahunan antara Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar dan memiliki maksimal 99 orang karyawan.

2.1.2 Jenis-Jenis UMKM

1. Kuliner

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) di bidang kuliner memainkan peran penting dalam ekonomi Indonesia. Berbagai jenis bisnis seperti warung makan, kue kering, makanan ringan, katering, dan lain-lain termasuk dalam UMKM kuliner. Sesuai dengan kebutuhan dan selera pelanggan, bisnis ini menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dengan kualitas dan cita rasa unik.

Karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia, UMKM kuliner biasanya memulai dengan modal kecil, tetapi memiliki potensi pasar yang besar. UMKM kuliner dapat menarik minat pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan yang tinggi dengan menyajikan hidangan yang unik, kualitas bahan baku yang baik, dan pelayanan yang ramah.

2. Fashion dan Aksesoris

Bagian penting dari industri kreatif Indonesia adalah UMKM yang bergerak dalam industri fashion dan aksesoris. Berbagai jenis usaha kecil dan menengah (UMKM) ini termasuk desain pakaian, pembuatan aksesoris seperti tas, sepatu, perhiasan, dan produk tekstil lainnya. Bisnis ini mengutamakan nilai seni dan keunikan lokal saat menjual produk yang unik dan dibuat secara tangan.

Bisnis fashion dan aksesoris UMKM biasanya dimulai dari atelier atau bisnis rumahan kecil dengan modal awal yang terjangkau. Kesuksesan UMKM ini bergantung pada kreativitas dalam desain, bahan berkualitas tinggi, dan fokus pada tren mode yang sedang berlangsung.

3. Produk Kecantikan

Di Indonesia, UMKM kecantikan berkembang pesat. Berbagai jenis kosmetik organik, sabun, lotion, dan produk perawatan kulit dan rambut lainnya termasuk dalam UMKM ini. Produk kecantikan UMKM sering dimulai dari pengrajin kecil atau produsen lokal dengan inovasi produk yang mengikuti tren dan kebutuhan konsumen modern. Produk-produk ini biasanya dibuat dengan bahan-bahan alami dan formulasi yang aman bagi kulit. Menjaga kepercayaan pelanggan sangat bergantung pada bahan baku yang dipilih dengan baik, proses produksi yang higienis, dan perhatian terhadap regulasi keamanan produk.

4. Pertanian

Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pertanian mencakup berbagai jenis usaha seperti pertanian organik, hidroponik, perkebunan kecil, dan peternakan skala kecil. UMKM pertanian juga berperan penting dalam mendukung ketahanan pangan dan ekonomi lokal.

Pertanian UMKM biasanya dimulai dari lahan kecil dengan pengelolaan yang ramah lingkungan dan menggunakan teknik bertani yang inovatif untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil pertanian. Produk pertanian UMKM sering kali dijaga dengan baik karena menggunakan metode organik atau bahan-bahan alami yang ramah lingkungan.

5. Digital *Marketing* Dan Kreatif

Sebagai bagian penting dari ekosistem bisnis modern di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terlibat dalam industri kreatif dan digital *marketing*. Berbagai jenis bisnis kecil dan menengah (UMKM) ini termasuk agensi digital, desain grafis, fotografi, produksi video, dan konsultan teknologi informasi.

Di era internet saat ini, UMKM digital *marketing* dan kreatif memainkan peran strategis dalam membantu bisnis besar maupun kecil meningkatkan visibilitas *online* mereka. UMKM ini membantu perusahaan mengembangkan *branding*, strategi pemasaran digital, dan konten kreatif yang menarik untuk menjangkau target pasar mereka.

2.1.3 Peran UMKM dalam Perekonomian

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam ekonomi, baik di tingkat nasional maupun lokal. Pembangunan ekonomi, penciptaan lapangan pekerjaan, dan pemerataan pembangunan dibantu secara signifikan oleh UMKM. Berikut ini adalah beberapa peran yang dimainkan oleh usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian:

1. Pencipta Lapangan Pekerjaan

UMKM merupakan salah satu sektor yang menyerap banyak tenaga kerja, mencakup lebih dari 99% dari seluruh perusahaan di Indonesia, sehingga mereka berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran. Pekerjaan yang disediakan oleh UMKM lebih banyak tersebar di berbagai daerah, terutama di daerah pedesaan dan daerah yang industri besar belum banyak mengeksplorasi.

2. Penggerak Ekonomi Lokal

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) sering kali berfungsi sebagai tulang punggung perekonomian lokal karena mereka menyuplai barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat di sekitarnya, mendorong perputaran uang di wilayah tersebut. Selain itu, UMKM juga dapat mendorong pertumbuhan sektor lainnya seperti perdagangan, transportasi, dan distribusi.

3. Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat

Sebagian besar pemilik UMKM juga berasal dari kalangan masyarakat dengan keterampilan tertentu yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan peluang usaha, yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka dan memperoleh pendapatan yang lebih stabil. UMKM membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat, terutama di kalangan keluarga dengan penghasilan menengah ke bawah.

4. Diversifikasi Ekonomi

Dengan menyediakan berbagai jenis barang dan jasa, UMKM membantu mendiversifikasi ekonomi. Inovasi sering terjadi di sektor UMKM, dengan produk-produk yang unik dan kreatif. Ini memberikan variasi bagi pasar dan menciptakan ketahanan ekonomi, karena ketergantungan pada sektor tertentu berkurang.

5. Mendorong Inovasi dan Kreativitas

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) biasanya memiliki modal terbatas dan bekerja dalam lingkungan yang sangat kompetitif, yang mendorong mereka untuk berinovasi. Ide-ide segar dari UMKM menciptakan banyak produk atau jasa baru, dan ini sangat penting untuk menciptakan daya saing ekonomi. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) sering kali menjadi inspirasi untuk membuat produk yang berbasis budaya lokal atau ramah lingkungan.

6. Peningkatan Daya Saing

Dengan jumlah yang besar dan berbagai macam jenis usaha mereka, UMKM menjadi salah satu faktor yang menjaga dinamika pasar. Mereka membantu menciptakan pasar yang lebih kompetitif dan terbuka, yang pada akhirnya mendorong perusahaan besar untuk meningkatkan kualitas dan harga produk mereka.

7. Mendorong Pemerataan Pembangunan

UMKM juga memainkan peran dalam pemerataan pembangunan ekonomi antar wilayah. Di banyak daerah, baik di kota besar maupun di pedesaan, UMKM menjadi motor penggerak perekonomian lokal. Mereka memiliki kemampuan untuk berkembang meskipun memiliki infrastruktur yang terbatas, dan secara langsung meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut.

8. Meningkatkan Ketahanan Ekonomi

Sebagian besar UMKM beroperasi di sektor-sektor yang berbasis pada sumber daya lokal, sehingga mereka kurang terpengaruh oleh fluktuasi harga barang internasional atau krisis ekonomi global, sehingga mereka dapat membantu menjaga stabilitas ekonomi nasional.

9. Mendorong Pengembangan Ekonomi Digital

Banyak UMKM di era digital telah menggunakan teknologi untuk memperluas pasar mereka, seperti *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi digital lainnya. Memanfaatkan teknologi ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, yang sebelumnya sulit dijangkau dengan model bisnis tradisional.

10. Sumber Pendapatan Negara

Selain membantu perekonomian lokal dan nasional, UMKM juga menghasilkan uang bagi negara melalui pajak. Pemerintah Indonesia, misalnya, mendorong UMKM untuk berpartisipasi dalam sistem perpajakan melalui program tax amnesty dan insentif pajak lainnya. Dengan berkembangnya UMKM, penerimaan pajak dari sektor ini dapat meningkat, yang pada gilirannya dapat digunakan untuk pembangunan negara.

2.1.4 UMKM Produk Kecantikan

Salah satu industri yang berkembang pesat di Indonesia adalah UMKM di bidang produk kecantikan. Banyak pelaku UMKM membuat produk kecantikan dengan bahan-bahan alami dan organik hingga inovasi terbaru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. Saat ini, banyak UMKM yang berperan aktif

dalam menyediakan produk kecantikan dan perawatan diri yang berkualitas tinggi. Mereka tidak hanya memiliki kemampuan untuk menyediakan produk yang unik, beragam, dan berkualitas tinggi, tetapi mereka juga dapat menawarkan pilihan yang lebih murah bagi pelanggan.

UMKM berhasil menghasilkan produk yang dapat bersaing dengan merek internasional melalui inovasi dan kreativitas. Kemampuan untuk memenuhi kebutuhan lokal adalah salah satu keunggulan UMKM dalam industri kecantikan. Mereka memiliki pemahaman yang baik tentang kondisi kulit dan rambut Indonesia serta kebutuhan unik yang mungkin tidak dapat dipenuhi oleh merek-merek besar. UMKM membuat produk yang sesuai dengan iklim, budaya, dan adat istiadat Indonesia dengan memanfaatkan bahan alami lokal dan resep warisan budaya. Ketika datang ke industri kecantikan, UMKM biasanya terinspirasi oleh kecantikan alami dan tradisional..

2.2 Data Peran UMKM Produk Kecantikan Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat

UMKM secara keseluruhan berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor UMKM menyumbang sekitar 60,3% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2022. Selain itu, sektor ini juga menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia, yang menunjukkan pentingnya UMKM dalam penyerapan lapangan kerja.

Data Statistika (2023) menunjukkan bahwa pasar produk kecantikan di Indonesia diperkirakan akan terus tumbuh, dengan nilai pasar yang diperkirakan mencapai lebih dari USD 2,3 miliar pada 2024. Ini membuka peluang besar bagi UMKM produk kecantikan untuk berpartisipasi dalam pertumbuhan pasar ini.

Saat ini, digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM produk kecantikan untuk berkembang. Platform *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi *marketplace* memberikan akses yang lebih luas bagi pelaku UMKM produk kecantikan untuk menjual produk mereka kepada pasar yang lebih besar. Laporan Katalis (2023) menunjukkan bahwa sekitar 50% dari transaksi jual beli produk kecantikan kini sudah dilakukan secara *online* melalui platform digital, yang memungkinkan UMKM *skincare* untuk memperluas pasar mereka ke konsumen yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun internasional.

PEMBAHASAN

3.1 Penciptaan Lapangan Kerja

Menciptakan lapangan kerja adalah salah satu aspek penting dari kontribusi UMKM produk kecantikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Industri kecantikan, khususnya produk perawatan kulit, telah membuka banyak kesempatan kerja bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang terlibat dalam proses produksi, pemasaran, dan distribusi barang. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) di industri kosmetik, yang sebagian besar dikelola oleh pelaku usaha mikro dan kecil, mempekerjakan orang-orang dari komunitas lokal untuk berbagai pekerjaan, seperti mengolah bahan baku, mengemas produk, membuat iklan, dan menjual. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) produk

kecantikan menawarkan peluang pekerjaan baru bagi masyarakat lokal, terutama di wilayah yang bergantung pada *skincare* herbal atau bahan alami..

3.2 Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Peningkatan pendapatan adalah salah satu hasil yang langsung dirasakan oleh masyarakat yang terlibat dalam UMKM produk kecantikan. UMKM di sektor ini dapat memberikan alternatif produk kecantikan dengan harga yang lebih terjangkau, tetapi tetap berkualitas. Dengan demikian, UMKM produk kecantikan dapat meningkatkan daya beli masyarakat, terutama bagi konsumen dari kalangan menengah ke bawah yang ingin menggunakan produk kecantikan tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Produk-produk kecantikan yang diproduksi oleh UMKM sering kali lebih terjangkau dibandingkan dengan merek besar, tetapi tetap memenuhi standar kualitas yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini memberikan peluang bagi konsumen dengan pendapatan terbatas untuk tetap memperoleh produk perawatan kulit yang mereka butuh kan.

Selain itu, pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku usaha UMKM produk kecantikan, baik dari segi penjualan langsung maupun dari keterlibatan dalam rantai pasok, berpotensi meningkatkan perekonomian rumah tangga dan komunitas.

3.3. Peningkatan Perekonomian

Melalui pengolahan bahan baku lokal dan penciptaan lapangan kerja baru, UMKM kecantikan lokal dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini meningkatkan ekonomi lokal dan mengurangi ketergantungan pada industri lain.

Produk kecantikan lokal, terutama yang terbuat dari bahan-bahan alami, memiliki peluang yang sangat besar untuk memasarkan di luar negeri. Banyak pelanggan internasional tertarik pada produk kecantikan yang terbuat dari bahan organik dan alami. Kesuksesan UMKM produk kecantikan untuk masuk ke pasar internasional dapat meningkatkan nilai ekspor nasional dan meningkatkan reputasi Indonesia di dunia.

KESIMPULAN

Sektor UMKM produk kecantikan sangat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Selain menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan, UMKM produk kecantikan membantu memperkuat ekonomi lokal dan nasional. Namun, untuk memaksimalkan kontribusinya, UMKM produk kecantikan memerlukan dukungan dalam hal akses ke pembiayaan, pelatihan kewirausahaan, dan perubahan regulasi yang mendukung pertumbuhannya. Dengan dukungan yang tepat, UMKM produk kecantikan memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Saran

Setelah melakukan analisa terhadap peran UMKM produk kecantikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk mendukung pengembangan sektor UMKM produk kecantikan dan meningkatkan kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat :

1. Mengembangkan literasi digital dan pemasaran *online* melalui penyediaan pelatihan digital untuk pelaku UMKM produk kecantikan agar mereka dapat memahami strategi

pemasaran digital yang efektif; menciptakan platform *e-commerce* khusus untuk produk kecantikan lokal agar lebih mudah ditemukan oleh konsumen; dan bekerja sama dengan *influencer* dan *brand ambassador* untuk memperluas pasar produk kecantikan lokal.

2. Memperkenalkan sistem sertifikasi berbasis kualitas yang dapat diakses oleh UMKM produk kecantikan yang berfokus pada bahan-bahan alami dan ramah lingkungan, dan membuat proses sertifikasi BPOM menjadi lebih mudah.
3. Akses ke pasar global melalui program ekspor yang menawarkan informasi, pelatihan, dan dukungan teknis kepada UMKM produk kecantikan yang ingin menembus pasar luar negeri, terutama di negara-negara dengan permintaan tinggi untuk produk kecantikan alami.
4. Pemerintah harus memberikan pajak yang lebih tinggi atau subsidi bahan baku kepada UMKM produk kecantikan yang mengutamakan bahan lokal dan ramah lingkungan agar mereka dapat bersaing dengan perusahaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo Prodjo, Wahyu. (2022). Apa Itu UMKM? Ini Pengertian dan Kriteria UMKM Menurut Undang-Undang. Diakses pada 18 November 2024 dari <https://umkm.kompas.com/read/2022/06/01/090000283/apa-itu-umkm-ini-pengertian-dan-kriteria-umkm-menurut-undang-undang>.
- Asryl Aziz, Mochamad. (2023). Peran Pemerintah dalam Meningkatkan Keberhasilan UMKM Pasca Pandemi. Diakses pada 17 November 2024 dari <https://kumparan.com/mochamad-asryl-aziz/peran-pemerintah-dalam-meningkatkan-keberhasilan-umkm-pasca-pandemi-1zu6NvYDiMr/full>.
- Izza. (2023). 11 Strategi Pemasaran UMKM untuk Sukses di Era Digital. Diakses pada 17 November 2024 dari <https://bigevo.com/blog/detail/pemasaran-umkm>.
- Kementerian Keuangan RI. (2023). Diakses pada 18 November 2024 dari <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html#:~:text=Menurut%20Undang%2DUndang%20Nomor%2020,sebagaimana%20diatur%20dalam%20undang%2Dundang>.
- Lakuuu.id. (2023). Diakses pada 17 November 2024 dari <https://lakuuu.id/blog/maraknya-bisnis-skincare-di-kalangan-umkm-indonesia>.
- Laoli, Noverius. (2023). Bisnis Produk Kecantikan Dalam Negeri Mulai Didominasi Pelaku UMKM. Diakses pada 17 November 2024 dari <https://industri.kontan.co.id/news/bisnis-produk-kecantikan-dalam-negeri-mulai-didominasi-pelaku-umkm>.
- Liputan6.com. (2020). Diakses pada 17 November 2024 dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4413110/strategi-bisnis-kecantikan-agar-tetap-relevan-di-tengah-pandemi>.

- Maulidia, Naura. (2023). Peran Komunitas UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Diakses pada 17 November 2024 dari <https://www.kompasiana.com/nauramaulidia3234/65799e6812d50f4489567fd2/peran-komunitas-umkm-dalam-meningkatkan-kesejahteraan-masyarakat>.
- Rifda. (2024). 10 Jenis UMKM yang Bisa Anda Coba. Diakses pada 18 November 2024 dari <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2024/06/24/jenis-umkm/>.