

ABSTRAK

Industri kosmetik merupakan sektor manufaktur bernilai tambah yang berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta memberikan kontribusi terhadap devisa negara. Meskipun ekspor kosmetik Indonesia menunjukkan tren peningkatan, kinerjanya masih belum sepenuhnya optimal dan menghadapi tekanan persaingan global dari perusahaan multinasional serta berbagai hambatan perdagangan di pasar internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan permintaan ekspor kosmetik Indonesia ke 18 negara mitra utama dengan menggunakan pendekatan model gravitasi selama periode 2014–2023. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui analisis regresi data panel yang mengintegrasikan dimensi lintas negara dan waktu. Variabel independen yang digunakan meliputi pendapatan riil per kapita negara tujuan, jumlah penduduk, nilai tukar efektif riil (*REER*), jarak ekonomi, tarif impor, dan keberadaan *Free Trade Agreement* (*FTA*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kosmetik Indonesia. Secara parsial, *REER* dan *FTA* berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat 1%, yang menunjukkan pentingnya daya saing harga serta keterbukaan akses pasar. Pendapatan riil negara tujuan berpengaruh positif signifikan pada tingkat 10%, yang mengindikasikan bahwa peningkatan daya beli mendorong permintaan ekspor. Sebaliknya, jarak ekonomi dan tarif impor berpengaruh negatif signifikan, yang mencerminkan bahwa biaya logistik dan hambatan perdagangan menekan volume ekspor.

Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan ekspor kosmetik Indonesia dipengaruhi oleh daya saing harga, kemudahan akses pasar, serta efisiensi distribusi. Oleh karena itu, diperlukan optimalisasi perjanjian perdagangan, diversifikasi pasar, serta peningkatan efisiensi produksi dan logistik guna memperkuat daya saing di pasar global.

Kata Kunci: Ekspor Kosmetik, Model Gravitasi, REER, Jarak Ekonomi, FTA