



Daya Saing Kosmetik Halal di Pasaran Global

SEKILAS PANDANG

- **Event:** Halal Cosmetics Market
- **Industri Berkaitan:** Beauty and Cosmetics, Health & Wellness, Retail, E-Commerce
- **Potensi Impak:** Permintaan terhadap produk halal dijangka terus meningkat selari dengan pertumbuhan populasi Muslim global dan kesedaran pengguna terhadap bahan yang selamat dan bersih.

OBJEKTIF

- Menjelaskan faktor utama yang mendorong pertumbuhan pasaran kosmetik halal.
- Menganalisis cabaran dan persaingan dalam industri kosmetik halal.
- Menganalisis perkembangan pasaran mengikut kategori produk dan saluran edaran (*distribution channel*).

RUMUSAN

Pasaran kosmetik halal global dijangka mencecah USD115.03 bilion menjelang tahun 2032, didorong oleh permintaan terhadap produk semula jadi dan bebas bahan kimia. Permintaan tinggi bukan hanya datang daripada negara Islam, malah pengguna bukan Islam kini turut cenderung memilih produk halal atas faktor keselamatan dan ketelusan bahan.

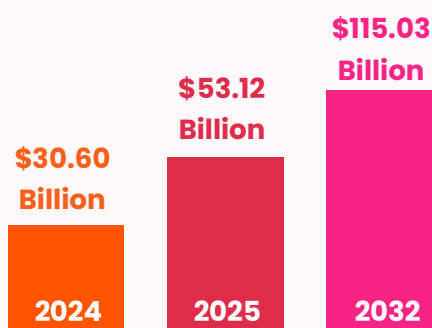
Asia Pasifik menguasai lebih 64% pasaran, dengan pemain utama terus melabur dalam inovasi untuk menarik pengguna muda. Kajian dan pembangunan (R&D) terus menjadi tumpuan utama syarikat besar dalam menawan hati pengguna, khususnya wanita Muslim.

Namun, gangguan bekalan akibat COVID-19 memberi cabaran besar kepada pengeluar berskala kecil terutamanya di negara seperti India dan Malaysia yang terpaksa berdepan turun naik harga bahan mentah serta gangguan bekalan.

Bagi pemain industri, ini adalah masa terbaik untuk menjenamakan semula produk sebagai bersih, selamat dan diyakini – tiga elemen penting dalam keputusan pembelian hari ini. Secara keseluruhan, landskap ini membuktikan bahawa pasaran kosmetik halal bukan sahaja matang, malah kaya dengan peluang. Asalkan pemain industri bersedia bertindak pantas, berinovasi, dan membina kepercayaan melalui pensijilan dan kualiti produk.

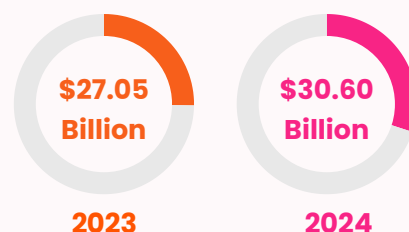
Saiz Pasaran Kosmetik Halal, Analisis Impak Industri, Tren dan Ramalan Mengikut Jenis, Saluran Edaran, 2024–2032

Halal Cosmetic Market to grow at **11.67% CAGR** during 2024–2032



CAGR (Compound Annual Growth Rate): purata kadar pertumbuhan tahunan

ASIA PACIFIC



Asia Pacific | South America
North America | Middle East & Africa

Sumber: Fortune Business Insights

Kosmetik Semula Jadi & Mesra Alam Semakin Menjadi Pilihan

- Permintaan terhadap produk berasaskan tumbuhan dan bahan semula jadi terus meningkat sejak beberapa dekad lalu.
- Pengguna yang mengutamakan kesihatan kini lebih cenderung memilih produk penjagaan diri dan kosmetik semula jadi.
- Dalam konteks ini, kosmetik halal semakin diterima secara meluas kerana kebanyakannya diformulasi tanpa lemak haiwan atau bahan kimia berbahaya.
- Banyak jenama kini menampilkan produk berasaskan ekstrak botani dan mineral serta memperoleh pensijilan vegan atau halal sebagai strategi untuk bersaing dalam pasaran kosmetik, sekaligus memberi dorongan positif kepada pertumbuhan industri kosmetik halal global.



TRENDS

Natural & Eco-friendly cosmetic



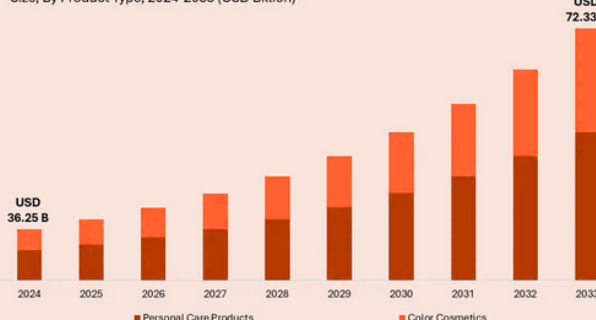
DRIVERS

Rising Consumer Demand for Product Quality & Safety

Government Support to Increase Acceptance of Halal-Certified Cosmetics

Halal Cosmetics Market Forecast

Size, By Product Type, 2024–2033 (USD Billion)



Sumber: IMARC Group



Permintaan Tinggi Terhadap Kualiti & Keselamatan Produk Mendorong Pertumbuhan Pasaran

SUMBER BAHAN HALAL

Haiwan Darat & Air



- Haiwan darat yang halal dan disembelih mengikut hukum syarak
- Rambut, bulu dan berkaitan yang diambil daripada haiwan hidup (tidak menyakitkan)
- Telur daripada haiwan yang tidak najis
- Semua jenis haiwan air yang halal dimakan

Tanah dan Air



- Tumbuhan dan mikroorganisma yang berasal dari darat, udara atau air.
- Asalkan tidak beracun, tidak membahayakan, dan tidak bercampur dengan najis

Tumbuhan & Mikroorganisma



- Semua sumber yang berasal daripada tanah dan air, termasuk mineral
- Asalkan tidak beracun, tidak membahayakan, dan tidak bercampur dengan najis

Alkohol



- Alkohol yang bukan berasal dari minuman memabukkan (khamar) dan tidak digunakan untuk tujuan ketagihan

Sintetik



- Bahan yang dihasilkan secara sintetik di makmal
- Asalkan tidak beracun, tidak membahayakan, dan tidak bercampur dengan najis

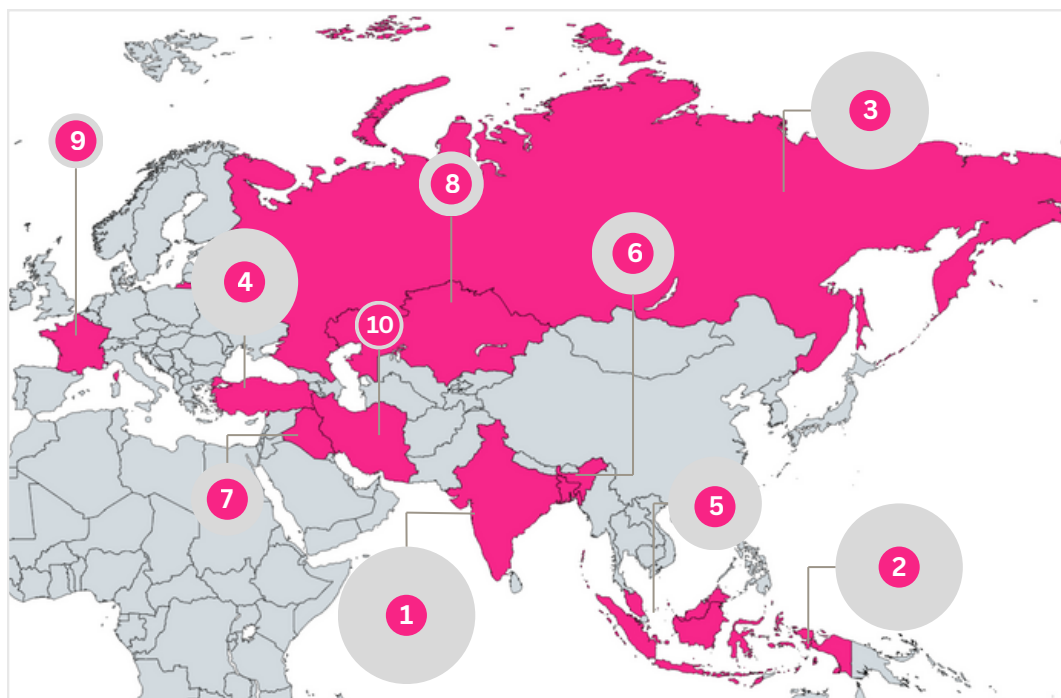
Islamic Consumer Goods - Cosmetic and Personal Care - Guidelines

- Produk kosmetik halal diperbuat daripada campuran bahan seperti minyak, pelarut organik, protein, vitamin, ekstrak tumbuhan, dan antioksidan - semuanya diproses mengikut piawaian halal yang ketat.
- Pengilang memantau setiap peringkat penghasilan bagi memastikan produk mematuhi gred halal.
- Menurut hukum Islam, penggunaan bahan daripada tubuh manusia, babi, darah, reptilia dan serangga adalah haram.
- Ramai pengguna semakin menyokong produk halal keluaran tempatan. Oleh itu, syarikat kini lebih cenderung menjalankan pemasaran dalam bahasa tempatan dan melalui media sosial
- Dalam konteks ini, jenama antarabangsa juga dilihat semakin giat mendapatkan pensijilan halal atau mengambil alih syarikat kecil yang sudah halal sebagai langkah memperluaskan pasaran.

Peningkatan Perbelanjaan Kosmetik Halal

Top Muslim Expenditure

- 1 **India**
US\$5.4 Bn
- 2 **Indonesia**
US\$3.9 Bn
- 3 **Russia**
US\$3.6 Bn
- 4 **Turkey**
US\$3.4 Bn
- 5 **Malaysia**
US\$3.1 Bn
- 6 **Bangladesh**
US\$2.9 Bn
- 7 **Iraq**
US\$2.2 Bn
- 8 **Kazakhstan**
US\$2.1 Bn
- 9 **France**
US\$1.8 Bn
- 10 **Iran**
US\$1.8 Bn



- Permintaan terhadap kosmetik halal terus melonjak sejajar dengan pertumbuhan populasi Muslim global
- Di Malaysia, lebih 50% penduduk beragama Islam yang secara tidak langsung memilih produk yang disahkan halal, termasuk kosmetik.

- Di India, jumlah Muslim melebihi 10.9% (2019) dan meningkat setiap tahun. Menurut kajian, perbelanjaan terhadap kosmetik di sana telah mencecah US\$5.4 Billion tertinggi antara negara-negara dalam rajah di atas.
- Laporan *Thomsan Reuters dan Salaam Gateway* menyatakan bahawa permintaan dalam kalangan generasi muda di Amerika Utara, Eropah, Timur Tengah, dan Asia Timur mendorong lebih banyak jenama baru dan pemain antarabangsa memasuki pasaran ini.
- Malaysia memainkan peranan penting sebagai peneraju industri halal. Beberapa syarikat tempatan seperti SimplySiti, Wipro Unza, dan Southern Lion telah memperoleh pensijilan halal, manakala syarikat antarabangsa seperti Shiseido (Jepun), Johnson & Johnson, dan Talent Cosmetic (Korea Selatan) turut melancarkan produk halal untuk pasaran Asia.
- Negara seperti AS, India, China, dan Malaysia turut membenarkan perdagangan rentas sempadan bagi produk halal, membuka potensi eksport yang besar.

1

Substantial Market Opportunity in Halal Cosmetics



US\$25 Bn

Potential demand for Halal Cosmetics with natural/organic/vegan certification

2

Significant Trade in Halal Cosmetics

EXPORT

US\$4,062,675

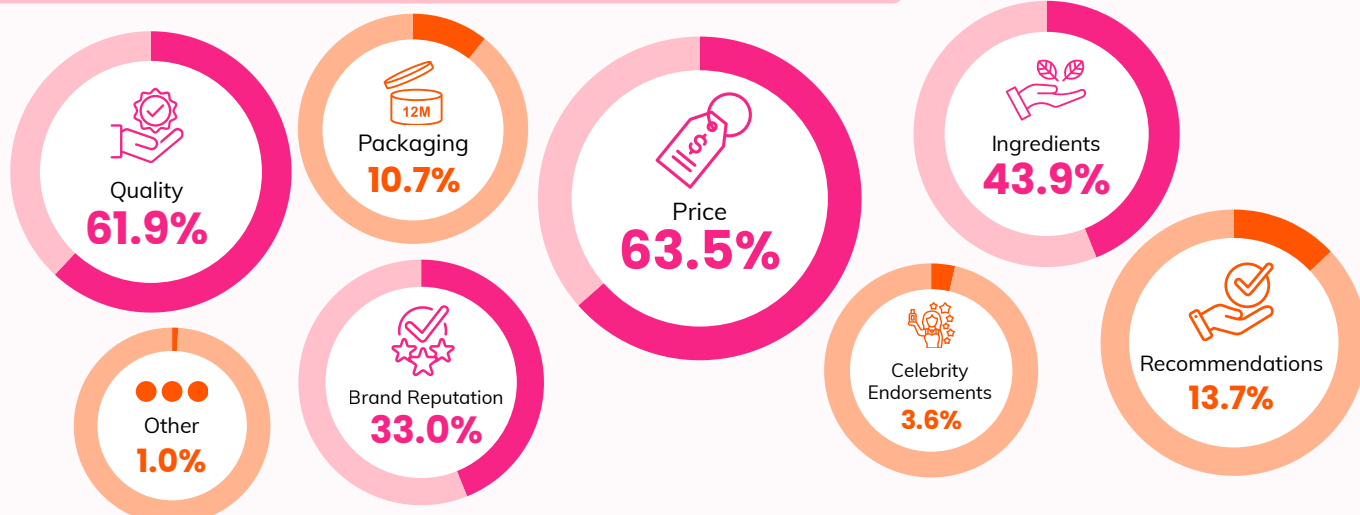
IMPORT

US\$9,745,902

Harga Tinggi Menjejaskan Jualan Kosmetik Halal

- Salah satu cabaran utama dalam pemasaran kosmetik halal ialah faktor harga. Kosmetik yang disahkan halal selalunya dijual pada harga lebih tinggi berbanding produk kosmetik biasa.
- Walaupun aspek kualiti dan keselamatan memainkan peranan penting dalam keputusan pembelian, harga masih menjadi faktor utama yang mempengaruhi pengguna – terutamanya di negara membangun seperti India, Brazil, dan China, di mana ramai pengguna mula beralih semula kepada produk kosmetik biasa disebabkan isu harga.
- Di samping itu, jenama kosmetik antarabangsa lebih cenderung mengetengahkan label organik, mesra alam atau bebas ujian haiwan (*cruelty-free*) berbanding pensijilan halal.
- Ini menjadikan saingan antara produk halal dan produk “natural” atau “organic” semakin sengit di pasaran global.
- Di negara seperti India, produk kecantikan berasaskan Ayurveda mendapat sokongan kerajaan dan diterima luas oleh pengguna tempatan.
- Persaingan ini menjadikan laluan untuk produk halal menembusi semakin mencabar – terutama jika tiada kelebihan dari segi harga atau penjenamaan.

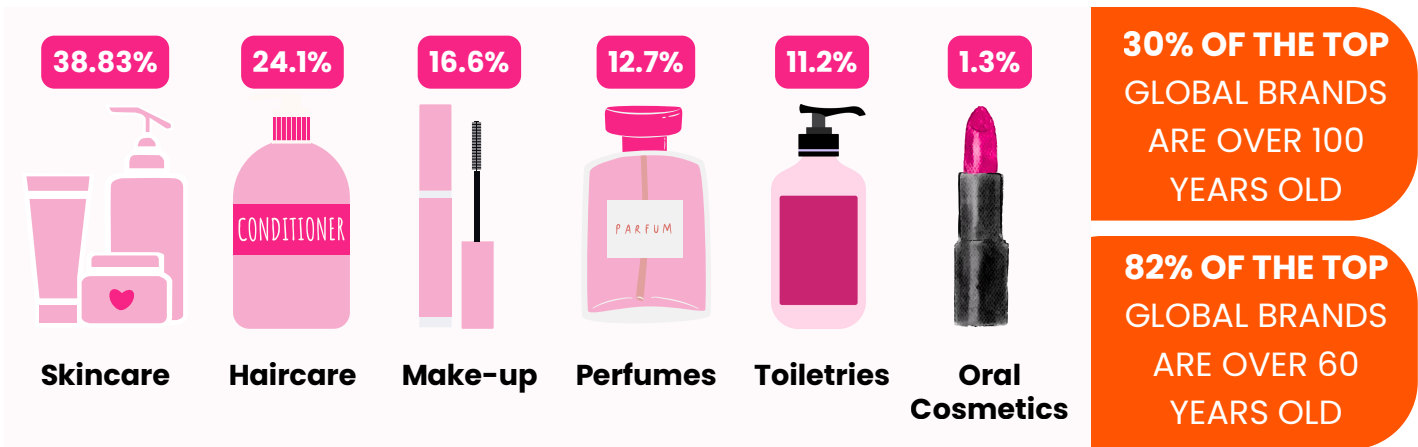
Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Produk Penjagaan Kulit dan Kosmetik



Analisis Mengikut; Kategori Produk (Product Category)

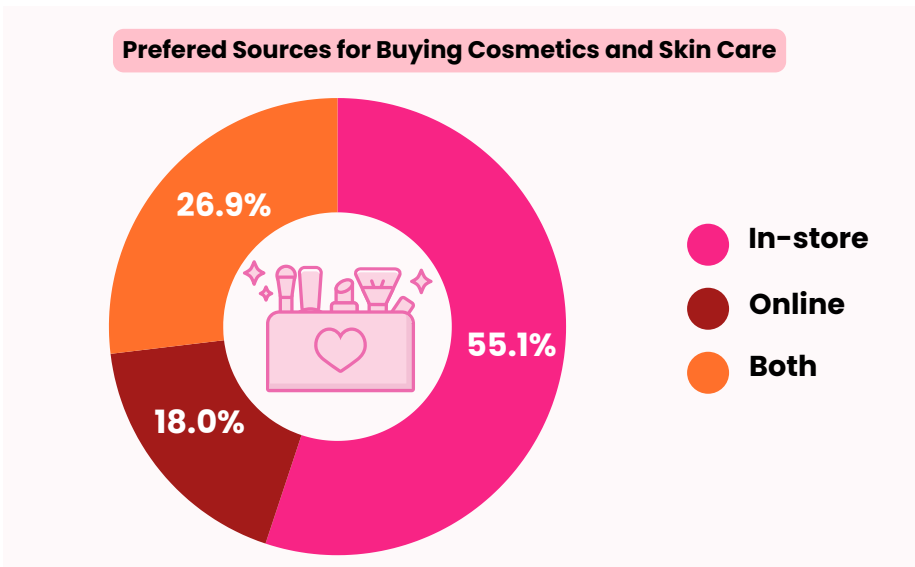
- Pasaran kosmetik halal dibahagikan kepada beberapa kategori: penjagaan kulit, penjagaan rambut, solekan, dan lain-lain.
- Antara semua kategori, produk penjagaan kulit halal memegang bahagian pasaran terbesar pada tahun 2024.
- Menurut laporan Cosmetic Europe, lebih 80% pengguna Eropah percaya bahawa produk penjagaan kulit dan diri penting untuk meningkatkan kualiti hidup.
- Kesedaran pengguna terhadap aspek halal semakin mendorong penerimaan produk penjagaan kulit halal secara meluas.
- Trend ini turut disokong oleh peningkatan perbelanjaan dalam kalangan pengguna dari negara seperti Arab Saudi, Iran, India, Indonesia dan Malaysia, sekaligus memperkukuhkan pertumbuhan pasaran Asia.

Breakdown of the Cosmetics Market Worldwide by product category



Analisis Mengikut; Saluran Edaran (Distribution Channel)

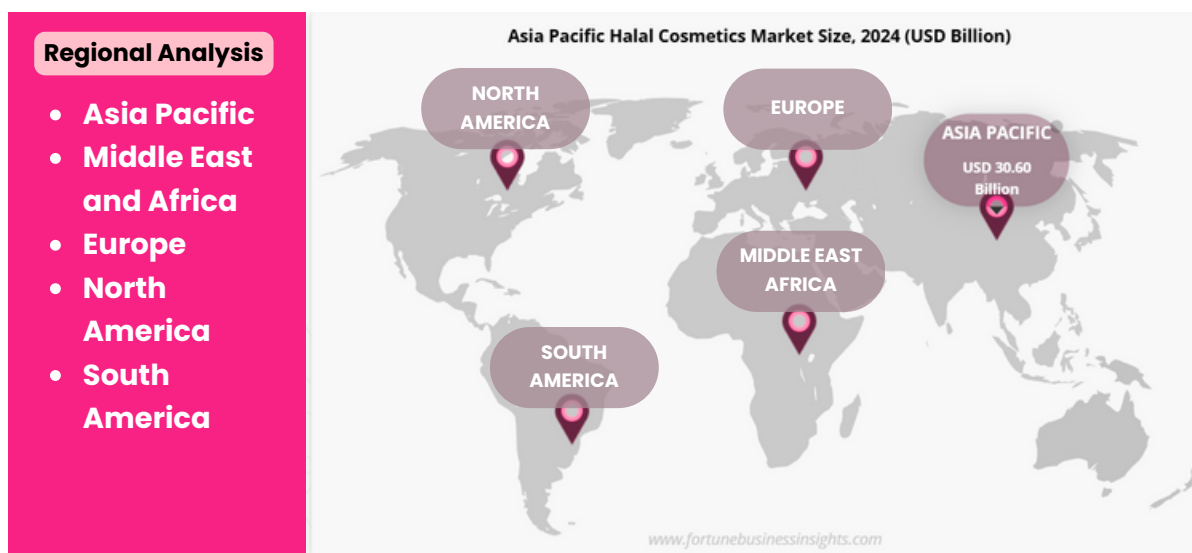
- Berdasarkan saluran edaran, pasaran kosmetik halal terbahagi kepada dua: jualan fizikal (in-store/offline) dan jualan dalam talian (non-store based/online).
- Segmen jualan fizikal kekal sebagai penyumbang terbesar kepada pasaran.
- Kebanyakan jenama halal lebih cenderung menjual produk mereka melalui kedai fizikal - seperti farmasi, butik kecantikan, atau pasar raya - bagi memastikan capaian terus dan keyakinan pengguna terhadap pensijilan halal.
- Namun, pandemik COVID-19 telah mempercepatkan perubahan tingkah laku pengguna, mendorong pengeluaran untuk mula memberi tumpuan kepada platform e-dagang dan jualan dalam talian sebagai alternatif dan pelengkap kepada straregi edaran sedia ada.



Sumber: Standard Insights

Analisis Mengikut; Wilayah (Regional)

- Analisis pasaran global merangkumi Amerika Utara, Eropah, Asia Pasifik, Amerika Selatan dan Timur Tengah & Afrika
- Asia Pasifik menguasai pasaran global pada tahun 2024 dengan nilai USD 30.60 bilion. Diikuti oleh India dan China, wilayah ini mencatat pertumbuhan yang ketara.
- India merupakan salah satu pasaran utama Asia untuk kosmetik bersijil halal dan mempunyai populasi Muslim yang besar,
- Jenama-jenama berpotensi dijangka memberi tumpuan kepada pengembangan ke pasaran Asia lain seperti Jepun pada masa akan datang.
- Amerika Utara turut menunjukkan pertumbuhan signifikan, dipimpin oleh pasaran Amerika Syarikat pada 2024.
- Negara ini menyaksikan peningkatan jumlah pemain baru yang memanfaatkan peluang perniagaan kosmetik halal.
- Di Eropah, Rusia muncul sebagai pasaran utama pada tahun 2024 dan dijangka mengekalkan kedudukan ini sepanjang tempoh ramalan.
- Pasaran Itali dijangka menjadi pasaran yang menguntungkan dalam tempoh akan datang.
- Permintaan di Eropah didorong oleh kesedaran pengguna yang meningkat mengenai isu kekejaman terhadap haiwan.
- Trend vegan yang sedang berkembang turut menyokong kosmetik halal dan dijangka meningkatkan jualan produk pada tahun-tahun akan datang.



Peluang Strategik



1. **Mengintegrasikan Pensijilan Halal dengan Ciri-ciri Produk Organik dan Mesra Alam** - Menggabungkan pensijilan halal dengan label organik, cruelty-free, atau mesra alam dapat menarik segmen pengguna yang lebih luas serta memperkukuh daya saing di pasaran global.
2. **Memperkasakan Saluran Jualan Dalam Talian dan E-dagang** - Melabur dalam platform e-dagang dan strategi pemasaran digital untuk memanfaatkan perubahan tingkah laku pengguna pasca-pandemik, serta menjangkau pelanggan lebih luas dengan kos operasi lebih rendah.
3. **Memperluas Penjenamaan dan Pemasaran Dalam Bahasa Tempatan** - Syarikat boleh meningkatkan kepercayaan pengguna dengan menggunakan bahasa tempatan dan pendekatan pemasaran yang relevan dengan budaya setempat, terutama melalui media sosial dan platform digital.