

Pemahaman Remaja Tentang Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)

Laras Widya Wati¹, Muhammad Teguh Prasetyo², Linda Anis Safitri³

¹²³IAIN Kudus, Indonesia

¹laraswidya206@gmail.com, ²teguhprasetyo1803@gmail.com,

³safitrianis113@gmail.com

Abstrak

Kosmetik digunakan sebagai produk perawatan untuk menjaga kesehatan dan mempercantik diri, perkembangan kosmetik pun berkembang sangat cepat. Dengan perkembangan zaman kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi wanita. Dalam keseharian wanita tidak bisa lepas dari kosmetik baik untuk wajah maupun untuk badan dari pagi hari hingga malam hari. Penelitian ini membahas tentang masyarakat di kecamatan Gebog bagaimana mereka mengetahui tentang produk-produk kosmetik yang berlabel halal maupun yang tidak berlabel halal. Dalam melakukan penelitian di kecamatan Gebog kami mewawancarai 10 masyarakat terutama pada anak-anak yang remaja karena mereka yang biasanya memakai skincare. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepada masyarakat di desa Getassrabi tentang penjaminan produk halal dan seberapa pentingnya memakai produk-produk kosmetik yang berlabel halal karna dengan adanya label halal tersebut itu bisa menjadikan minat para pembeli dan juga tentunya aman juga kalau di pakai. Bahwasanya jaminan produk halal tersebut bagian dari kewajiban negara untuk memberikan perlindungan hukum terhadap warga negara selaku konsumen agar merasa aman dan nyaman dalam memakai produk-produk kosmetik tersebut. Berbagai jenis merek skincare ditawarkan dengan mengunggulkan kualitas dan manfaat yang terdapat pada masing-masing produk. Banyaknya merek skincare yang mengandung bahan berbahaya membuat konsumen harus berhati-hati dalam memilih produk skincare yang akan digunakan. Dari hasil penelitian tersebut anak remaja yang di kecamatan Gebog ternyata mereka sebelum membeli produk-produk kosmetik yang mereka pakai dia memperhatikan dulu sudah berlabel halal atau belum dan juga melihat manfaat dari produk tersebut untuk menyesuaikan kulitnya masing-masing. Mereka memperhatikan label halal karena mereka yakin sudah aman dan kualitasnya terjamin, produk yang ada label halalnya pastinya sudah melewati Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan MUI melalui sidang fatwa halal. Oleh sebab itu, mereka sangat yakin kalau yang berlabel halal itu pasti aman dipakai.

Kata Kunci: Skincare; Label Halal; Produk Kosmetik; Pengetahuan; Minat Beli Kosmetik



SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law | Open Access articles are distributed under this Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Copyright (c) 2024 Laras Widya Wati, Muhammad Teguh Prasetyo, Linda Anis Safitri

Pendahuluan

Pemahaman remaja terhadap produk kosmetik berlabel halal sangatlah penting jika dilihat dari sudut pandang keberlanjutan dan kesehatan masyarakat. Salah satu ciri era modern saat ini adalah semakin sadarnya konsumen akan kehalalan produk yang digunakannya, khususnya produk kosmetik. Problematik yang muncul adalah sejauh mana pemahaman remaja tentang produk kosmetik berlabel halal, serta dampaknya terhadap perilaku konsumen mereka. Masyarakat khususnya remaja memegang peranan penting dalam menentukan tren produk kosmetik. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pemahaman remaja terhadap kosmetik berlabel halal, serta faktor yang mempengaruhi pemilihan dan penggunaannya.

Kosmetik berlabel halal kini semakin populer dikalangan masyarakat umum, termasuk remaja yang semakin sadar dalam memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Namun terdapat kenyataan bahwa pemahaman remaja terhadap kosmetik berlabel halal belum tentu sejalan dengan norma yang ada. Norma yang menggambarkan harapan atau persyaratan ideal bahwa kosmetik berlabel halal harus menjadi pilihan utama remaja yang mengutamakan kepatuhan terhadap nilai-nilai agama. Namun dalam praktik atau fenomenanya seringkali terdapat perbedaan. Perbedaan ini mencakup faktor faktor seperti tingkat pemahaman remaja tentang definisi "*halal*" dalam kosmetik, pengaruh teman, promosi produk, dan faktor ekonomi yang mempengaruhi pilihan mereka.

Pemilihan kosmetik merupakan salah satu keputusan terpenting dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, semakin banyak produk kosmetik yang berlabel halal yang menandakan bahwa produk tersebut diproduksi sesuai hukum Islam. Hal ini penting mengingat semakin meningkatnya kesadaran masyarakat, termasuk remaja, terhadap kehalalan dalam produk kosmetik. Remaja sebagai kelompok konsumen memegang peranan penting dalam pasar kosmetik. Masa remaja merupakan masa perkembangan yang ditandai dengan pencarian jati diri.

Indonesia merupakan negara yang jumlah masyarakatnya mayoritas beragama Islam atau terbanyak di dunia. Dalam melakukan segala aktivitas sebagai umat Islam, hal ini diwajibkan untuk melakukan segala semua aktivitasnya harus sesuai dengan syariat Islam atau sesuai dengan aturan-aturan yang dituliskan dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dalam hal mengkonsumsi atau memakai sebuah produk harus memperhatikan dari segi kehalalan produk dan sistem yang diterapkannya, mulai dari segi bahan baku yang digunakan, proses pembuatan, sampai dengan pemasaran produk tersebut.

Produk kosmetik yang beredar di pasaran nyatanya masih banyak yang belum mencantumkan label halal pada kemasan produknya. Padahal kebutuhan akan jaminan halal pada kosmetik menjadi penting khususnya di Indonesia, dikarenakan penduduk di Indonesia mayoritas menganut agama Islam. Perempuan merupakan peluang pasar yang potensial dan memiliki banyak kebutuhan. Salah satunya kebutuhan untuk tampil cantik dan menarik, yaitu dengan menggunakan berbagai varian produk kosmetik.

Di Indonesia kosmetik termasuk ke dalam industri yang berkembang pesat pada saat ini dimana didalam satu produk kosmetik bukan hanya *make up* atau riasan wajah saja tetapi juga terdapat *skincare* untuk perawatan wajah. Setiap wanita pasti ingin sekali untuk merawat wajahnya bukan untuk orang lain melainkan untuk merawat diri sendiri. Berbagai macam produk kosmetik di Indonesia yang kualitasnya pun tidak jauh beda dengan merek dari luar negeri. Dengan menggunakan produk lokal sangat membantu untuk perekonomian Indonesia bukan dari segi pengusahanya saja, pekerjaanya pun juga dapat terbantu dengan adanya industri kosmetik.

Pemberian label halal pada produk, sedikit banyak akan mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk yang dibeli. Label halal yang terdapat pada kemasan produk, akan mempermudah konsumen dalam mengidentifikasi produk. Konsumen harus lebih selektif terhadap kehalalan suatu produk, terutama pada konsumen wanita yang setiap harinya selalu mengkonsumsi kosmetik untuk menambah rasa percaya diri dalam berpenampilan. Hal tersebut dikarenakan produk kosmetik yang dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya.

Pada zaman sekarang produk kosmetik sudah menjadi kebutuhan sebagian besar perempuan. Yang termasuk kedalam produk kosmetik bukan hanya bedak atau alat riasan wajah saja, tetapi juga obat untuk perawatan wajah. Maka dari itu berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, penulis akan membahas lebih dalam mengenai kosmetik berlabel halal. Penelitian ini akan mengangkat judul "*Pemahaman Remaja Tentang Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)*".

Metodologi Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif, metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan dokumentasi dari masyarakat. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek atau objek. Pendekatan kualitatif memiliki karakteristik

alami (*natural serfing*) sebagai sumber data langsung, deskriptif, proses lebih dipentingkan dari pada hasil. Analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisis induktif dan makna makna merupakan hal yang esensial. (Moleong, 2006). Penelitian ini dilakukan secara bertahap dalam jangka waktu tertentu peneliti berusaha mengumpulkan data melalui wawancara dengan 10 orang di masyarakat dan langsung terjun kelapangan. Dalam penelitian ini mendiskripsikan tentang pemahaman remaja tentang produk kosmetik berlabel halal di kecamatan Gebog, kabupaten Kudus. Data yang diperoleh kemudian dideskripsikan dengan kata-kata agar lebih mudah dipahami sesuai yang didapatkan dalam wawancara tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Definisi Pemahaman Remaja

Pemahaman adalah langkah atau metode untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan informasi yang dimiliki, sehingga informasi ini dapat menghasilkan ada perspektif dan cara berpikir yang akan benar dalam suatu hal, sementara cara baik pandangan maupun pemikiran adalah suatu proses kognitif, dimana adalah gejala psikologis yang dapat menentukan hubungan antara apa yang kita ketahui terhadap masalah. Metode yang digunakan untuk berpikir, dan hasil pemikiran dihasilkan melalui bahasa dan intelektual juga bisa. Intelektual adalah kemampuan untuk beradaptasi mengatasi tuntutan baru dengan menggunakan metode analitik yang sesuai dengan harapan mereka (Efrina dan Arifin, 2022). Pemahaman yang dimaksud yaitu pentingnya membantu mengembangkan potensi dan menyelesaikan masalah. Dalam kenyataannya, kemampuan berpikir, kepribadian, dan tingkah laku setiap orang sangat berbeda. Semuanya dapat ditaksir atau diukur dengan berbagai cara.

"*Remaja*" berasal dari kata Latin "*adolescere*", yang berarti berkembang atau menjadi dewasa muda (Golinko, 1984). Banyak individu mendefinisikan remaja. Misalnya, DeBrun (1990) mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan yang terjadi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Papalia dan Olds (2001) menggunakan istilah "*remaja*" secara implisit, tetapi tidak secara eksplisit. Papalia dan Olds (2001) mengatakan bahwa masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Ini biasanya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluhan tahun. Sedangkan Adams dan Gullota (1997) mendefinisikan masa remaja adalah usia antara 11 dan 20 tahun.

Berdasarkan definisi di atas dapat dipahami bahwa pemahaman remaja adalah suatu langkah atau proses untuk mencapai suatu tujuan dimana seorang yang baru berumur sekitar 11 sampai 20 tahun untuk mencapai suatu tujuan, diperlukan pengetahuan yang dapat membangun perspektif dan pemikiran yang benar. Pengetahuan pada hakikatnya meliputi semua yang diketahui oleh seseorang tentang objek tertentu baik melalui pengalaman diri sendiri ataupun melalui orang lain.

Label Halal

Label menurut Miru (2007) merupakan sekumpulan informasi yang ditemukan pada kemasan produk. Label dapat termasuk dalam kemasan atau merupakan tanda pengenal yang melekat atau menempel pada produk. Labelisasi halal adalah tulisan atau pernyataan halal pada kemasan barang untuk menunjukkan bahwa barang tersebut halal (Utami, n.d.).

Halal berasal dari kata Arab (الحلال), yang berarti membebaskan, membubarkan, dan membolehkan. Menurut Qardhawi (2000), halal adalah sesuatu yang mudah (diperkenankan), terlepas dari ikatan larangan, dan diizinkan oleh pembuat syariat Islam untuk dilakukan. Oleh karena itu, definisi halal berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits sangat mudah dipahami. Segala sesuatu yang bermanfaat bagi tubuh, akal, dan jiwa adalah halal. Menurut definisi Departemen Agama, yang tercantum dalam Kepmenag RI Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Produk Halal, produk halal tidak mengandung bahan atau komponen yang haram, dan konsumsi produk halal tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Label halal adalah label yang ditempelkan pada kemasan makanan yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan kehalalan dan dinyatakan halal (Kasiram, 2010). Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 tanggal 21 Juli 1999 tentang Label Halal dan Iklan Pangan, label halal dapat mencakup setiap keterangan tentang makanan dalam bentuk tulisan, gambar, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada makanan (Kasiram, 2010).

Kosmetik Halal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kosmetik berarti kecantikan atau tentang corak kulit, obat untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya. Alat kecantikan seperti bedak, lipstik, krem, lotion, parfum, pembersih wajah (*facial wash*), *mascara*, dan lain-lain untuk mempercantik wajah, kulit, dan sebagainya. "Kosmetik" berasal dari kata Yunani "*kosmein*", yang berarti "*berhias*". Kosmetik digunakan secara luas untuk tujuan kesehatan dan kecantikan (Kulsum, 2015). Kosmetik yang disertifikasi halal oleh LP POM MUI atau lembaga resmi lainnya disebut kosmetik halal.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 1176/MenKes/Per/VIII/2010, kosmetik adalah bahan atau sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mengharumkan, mengubah penampilan, memperbaiki bau, atau melindungi atau menjaga tubuh dalam kondisi baik. Kosmetik juga merupakan bahan yang digunakan pada tubuh manusia sebagai pembersih (*cleansing*), mempercantik (*beautifying*), menambah daya tarik (*increasing attractiveness*), atau pengubah penampilan (*altering appearance*) tanpa berdampak pada struktur atau fungsi tubuh.

Menurut Direktur Pelaksana LPPOM MUI, kosmetik halal didefinisikan sebagai kosmetik yang memenuhi persyaratan halal selama proses pembuatannya (Hakim, 2014). Ini berarti bahwa bahan yang digunakan harus berasal dari sumber yang halal dan suci dan dibuat di fasilitas produksi yang tidak tercemar dengan bahan haram dan najis. Selain itu, bahan baku yang diizinkan untuk digunakan adalah yang berasal dari tanaman sepanjang proses pembuatannya tidak menggunakan bahan tambahan atau penolong yang mengandung bahan haram dan najis (www.halalmui.org). Bahan kosmetik yang dilarang biasanya berasal dari bagian tubuh manusia, seperti plasenta dan keratin dari rambut manusia, atau dari bagian tubuh babi, seperti kuas yang berasal dari bulu babi.

Minat Beli

Minat beli (*willingness to buy*) jadi bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli adalah fase di mana pelanggan membuat pilihan mereka di antara berbagai merek, bergabung dalam perangkat yang dipilih, kemudian melakukan suatu pembelian metode atau opsi yang paling disukai konsumen untuk membeli suatu komoditas atau jasa berdasarkan berbagai analisis (Pramono, 2012).

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa "*minat beli yaitu perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian*". Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan keinginan pembeli untuk membeli barang tertentu serta jumlah unit produk yang dibutuhkan dalam jangka waktu tertentu. Berdasarkan uraian di atas, minat beli dapat disimpulkan sebagai pernyataan mental pelanggan yang mempertimbangkan rencana pembelian sejumlah barang dengan merek yang spesifik.

Analisis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti mendapatkan hasil pemahaman masyarakat tentang produk yang berlabel halal. Mayoritas masyarakat kecamatan Gebog memilih produk yang berlabel halal dan melihat kandungan dalam produk

yang akan dibeli untuk perawatan wajah, yang menunjukkan bahwa aspek kehalalan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan sebelum membeli produk kecantikan. Namun ada sebagian masyarakat yang memilih produk yang sudah BPOM. Masyarakat meyakini bahwa produk yang berlabel halal dan BPOM itu sudah aman dipakai dan kualitasnya memang terjamin. Adanya sebagian masyarakat yang memilih produk BPOM menunjukkan bahwa aspek keamanan menjadi faktor dalam pengambilan keputusan ketika membeli produk. Pentingnya kehalalan dalam memilih suatu produk tercermin dalam masyarakat terhadap produk-produk yang telah mendapatkan label halal dan BPOM.

Selain itu, kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang berlabel halal dan BPOM menunjukkan bahwa label-label halal tersebut dianggap sebagai penjamin kualitas dan keamanan. Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat memiliki pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya memastikan bahwa produk yang mereka gunakan memenuhi standar keamanan dan kualitasnya terjamin.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai pemahaman masyarakat di kecamatan Gebog terhadap produk kecantikan berlabel halal dan BPOM, serta menunjukkan bahwa aspek kehalalan dan keamanan menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

Kesimpulan

Pemahaman remaja terhadap produk kosmetik berlabel halal sangatlah penting jika dilihat dari sudut pandang keberlanjutan dan kesehatan masyarakat. Kosmetik digunakan sebagai produk perawatan untuk menjaga kesehatan dan mempercantik diri, perkembangan kosmetik pun berkembang sangat cepat. Pemilihan kosmetik merupakan salah satu keputusan terpenting dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, semakin banyak produk kosmetik yang berlabel halal yang menandakan bahwa produk tersebut diproduksi sesuai hukum Islam. Hal ini penting mengingat semakin meningkatnya kesadaran masyarakat, termasuk remaja, terhadap kehalalan dalam produk kosmetik. Label halal adalah label yang ditempelkan pada kemasan makanan yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan kehalalan dan dinyatakan halal Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 tanggal 21 Juli 1999 tentang Label Halal dan Iklan Pangan, label halal dapat mencakup setiap keterangan tentang makanan dalam bentuk tulisan, gambar, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada makanan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti mendapatkan hasil pemahaman masyarakat tentang produk yang berlabel halal. Mayoritas masyarakat kecamatan Gebog memilih produk yang berlabel

halal dan melihat kandungan dalam produk yang akan dibeli untuk perawatan wajah, yang menunjukkan bahwa aspek kehalalan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan sebelum membeli produk kecantikan. Pemilihan produk dengan label halal dan BPOM menandakan bahwa masyarakat mengutamakan tidak hanya aspek kehalalan tetapi juga keamanan dalam pemilihan produk kecantikan. Kepercayaan masyarakat terhadap label halal dan BPOM sebagai penjamin kualitas menegaskan bahwa label-label tersebut tidak hanya dipandang sebagai tanda kehalalan tetapi juga sebagai kualitas dan keamanan produk. Hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai pemahaman masyarakat di kecamatan Gebog terhadap produk kecantikan berlabel halal dan BPOM, serta menunjukkan bahwa aspek kehalalan dan keamanan menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Amin, M. (2008). *Fatwa dalam Sistem Hukum Islam*, Depok: Paramuda Advertising.
- Fauziyah, Arrauf, I. F., dan Fahrizal. (2018). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. 1-6.
- Noor, A. A. N., and Eta, W. (2013). Understanding of Halal Cosmetics Products: TPB Model. In *1st FPTP Potsgraduate Seminar 2013 UTHM*.
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., and Rahman, S. A. (2015). Consumers and Halal Cosmetics Products: Knowledge, Religiosity, Attitude Andintention. *Journal of Islamic Marketing*, 148-163.
- Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep & Implikasi Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soewadji, J. (2012) *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sup, D. F. A. (2023). Regulasi Pariwisata Halal di Indonesia. Dalam *Potensi Pariwisata Halal di Indonesia*. Medan: Az-Zahra Media Society.
- Utami, W. B. (2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*. Skripsi. Yogyakarta: Program Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.