

Kesadaran Hukum Gen Z Tentang Kosmetik Halal (Studi Kasus di Kecamatan Sale, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah)

Agustina Wulan Nur Khamidah¹, Sintia Ameylia Putri², Septia Marifatul Jannah³

¹²³ IAIN Kudus, Indonesia

¹agustinawulan1608@gmail.com, ²sintianeyatta@gmail.com, ³septiamj849@gmail.com

Abstrak

Halal merupakan konsep yang sangat penting bagi konsumen Muslim, sebagai mayoritas penduduk di Indonesia. Konsumen semakin peduli dengan aspek kehalalan terhadap produk yang mereka konsumsi. Semua kalangan terutama kalangan Gen Z saat ini semakin memperhatikan label halal dalam pemilihan produk yang mereka pakai. Produk kosmetik khususnya skincare merupakan salah satunya. Pelaku industri berlomba-lomba untuk menyediakan produk skincare halal yang kini mulai dicari dan digemari oleh masyarakat Muslim di Indonesia. Penulis melakukan penelitian terhadap Gen Z di Kecamatan Sale, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesadaran masyarakat Gen Z terhadap Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di Indonesia pada sektor skincare dan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat milenial di Kecamatan Sale dalam memilih produk skincare. Data dari penelitian ini diperoleh dari observasi dan wawancara dengan melibatkan 10 responden, di Kecamatan Sale. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Gen Z di Kecamatan Sale memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terhadap hukum syariah, khususnya dalam memilih produk skincare halal. Mereka menyatakan bahwa penting bagi mereka untuk memilih produk yang halal guna memenuhi kewajiban sebagai seorang Muslim. Hal ini dipengaruhi oleh pengaruh agama yang memberi dorongan pada mereka untuk memilih produk halal sebagai bentuk ketakwaan. Selain itu, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi pemilihan produk skincare di antaranya adalah kualitas produk, kandungan, dan banyaknya pemakai di Indonesia. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Gen Z di Kecamatan Sale memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya memilih produk skincare halal. Hal ini berdampak pada keputusan mereka dalam membeli produk, dengan kualitas menjadi faktor utama yang diperhatikan.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen; Sektor Halal; Masyarakat Gen Z; Produk Halal; Skincare*



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 Agustina Wulan Nur Khamidah, Sintia Ameylia Putri, Septia Marifatul Jannah

Pendahuluan

Produk kecantikan di Indonesia awalnya hanya fokus dibagian *make up* saja. Tetapi semakin berkembangnya zaman dan meningkatnya Generasi Z mulai mengenal perawatan dan menggunakan *skincare* agar kulit sehat. Karena hal tersebut banyak sekali yang mengeluarkan produk-produk *skincare* dan perawatan lainnya semakin melonjak derastis. Banyak sekali wanita yang ingin tampil cantik, putih dengan instan agar tidak kalah dengan lingkungannya, jadi pemasaran produk ini menyerang dikalangan wanita karena mudah tergiur apalagi sudah bersertifikasi halal (Rossanty, et. al., 2016).

Dalam konteks ini Generasi Z semakin banyak yang peduli dengan kehalalan produk *skincare* maupun *make up* yang mereka gunakan. Karena informasi mudah diakses dan kesadaran dari masyarakat tentang pentingnya produk halal. Bagi Generasi Z informasi tentang kehalalan kosmetik ini sangat penting bagi mereka, serta implikasi dari kesadaran hukum terhadap pilihan produk yang akan mereka konsumsi.

Ada beberapa makna halal yang diketahui Generasi Z adalah kosmetik halal yang berkaitan dengan konsep Islam yaitu tidak mengandung haram yang tidak diperbolehkan bagi seorang Muslim, misalnya mengandung minyak babi, alkohol, dan yang tidak merugikan bagi banyak orang.

Sebagai konsumen kita harus berhati-hati dan telliti saat membeli produk salah satunya seperti melihat nomor BPOM, legalitas, dan bahan-bahannya yang terdapat dalam kemasan produk yang akan dibeli. Di kalangan remaja saat ini banyak sekali yang tergiur dengan harga yang murah yang jelas kandungannya berbahaya untuk digunakan. Banyak sekali produk dalam negeri yang sudah berlabel halal, contohnya dalam penelitian ini ada yang menggunakan barang lokal seperti Wardah, Originote, dan sebagainya.

Jadi, keputusan memilih dan membeli produk itu adalah hak masyarakat sendiri untuk mempertimbangkan lagi pilihan produk yang ditawarkan oleh penjual. Karena keputusan pembelian produk itu dapat mempengaruhi diri sendiri, oleh karena itu harus bisa membedakan dan memastikan mana produk yang bagus, halal, dan aman untuk digunakan dalam tubuh.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif, jenis pendekatan yang digunakan penulis adalah pendekatan deskriptif, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi

(pengamatan), wawancara dilakukan kepada warga yang berlokasi di Kecamatan Sale, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah.

Hasil dan Pembahasan

Konsumsi

Konsumsi tidak hanya mencakup makan dan minum, tetapi juga penggunaan dan pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah penggunaan kosmetik. Kosmetika adalah bahan atau campuran bahan yang digunakan untuk membersihkan, merawat, atau memperbaiki penampilan dengan cara dioles, ditempel, dipercik, atau disemprotkan. Pelembab, tabir surya, toner, merupakan sebagian dari produk kosmetika berupa skincare (Sri Wahyuni, et. al., 2019).

Definisi Produk Halal

Produk halal merupakan sebuah produk atau bahan yang proses produksinya sesuai dengan aturan dan prinsip-prinsip dalam agama Islam. Untuk memperoleh gelar halal, produk halal harus memenuhi standar yang telah ditetapkan sebagaimana mestinya, yang diproses dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam dan tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam. Hal ini seringkali melibatkan pengawasan dan sertifikasi oleh lembaga yang berwenang dalam halal untuk memastikan kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip tersebut.

Teori Mengenai Produk Halal

Kesadaran Generasi Z terhadap kosmetik halal merupakan suatu fenomena yang bisa memberi dukungan dan minat yang meningkat dalam produk yang telah memenuhi standar kehalalan dalam sebuah industri kecantikan. Generasi Z juga cenderung lebih peduli terhadap berbagai aspek kesehatan, keberlanjutan, dan nilai-nilai etis, sehingga mereka dapat memilih produk kosmetik yang sudah halal sebagai pilihan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai mereka.

Pada umumnya mereka lebih tahu mengenai bahan-bahan apa saja yang digunakan dalam produk kosmetik dan memperhatikan label halal sebagai indikasi bahwa produk tersebut aman digunakan dan tidak mengandung bahan yang diharamkan, serta diproduksi sesuai dengan prinsip-prinsip tertentu yang dihalalkan dalam agama Islam. Pentingnya kesadaran ini sudah tercermin dalam pertumbuhan industri kosmetik halal yang semakin meningkat, karena permintaan konsumen, terutama dari Generasi Z, terhadap produk yang tidak hanya memberikan hasil kecantikan, tetapi juga sesuai dengan kepercayaan dan nilai-nilai mereka.

Dasar Hukum Tentang Kesadaran Generasi Z Terhadap Kosmetik Halal

Dalam konteks ini kesadaran Generasi Z terhadap kosmetik halal tidak memiliki dasar hukum yang spesifik dalam arti regulasi atau undang-undang khusus yang mewajibkan Generasi Z untuk menggunakan produk kosmetik halal. Namun, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kesadaran mereka terhadap produk tersebut.

Pertama, kebebasan beragama dan kepercayaan adalah hak yang telah dijamin dalam banyak negara. Oleh karena itu, setiap individu memiliki kebebasan untuk memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai serta keyakinan agama mereka. Dalam konteks ini, setiap individu yang memegang nilai-nilai agama Islam lebih memilih produk kosmetik halal untuk menjadi pilihan yang sesuai dengan keyakinan mereka.

Kedua, meskipun tidak ada undang-undang khusus, beberapa negara juga memiliki regulasi terkait label halal untuk produk, termasuk kosmetik. Masyarakat yang mementingkan label halal cenderung lebih memilih produk tersebut, serta kesadaran Generasi Z cenderung mempertimbangkan nilai-nilai etis dan kesehatan dalam pemilihan produk kosmetik mereka.

Dalam konteks ini, kesadaran Generasi Z terhadap kosmetik halal lebih terkait dengan nilai-nilai pribadi, kebebasan beragama, dan pertimbangan etis yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar daripada dasar hukum yang khusus.

Fatwa MUI Terhadap Skincare Halal

Fatwa MUI mensyaratkan kehalalan produk *skincare* dalam penggunaannya. Ar-Razi mengartikan kata *halalan* adalah kebolehan dan terlepas dari unsur yang berbahaya. Sedangkan kata *thoyyiban* diartikan sebagai lezat, baik, dan bukan milik orang lain. Jadi, maksud dari pendapat tersebut adalah kosmetik yang dibolehkan dalam Islam adalah kosmetik yang berasal dari bahan-bahan yang baik, dibuat secara baik seperti higienis, dan bahannya tidak berasal dari hasil eksploitasi seperti yang menyebabkan kepunahan. Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 juga menyatakan bahwa sesuatu yang haram maka haram karena najis dan mengandung pengaruh buruk, dan seseorang hanya boleh melakukan hal tersebut jika dalam keadaan terpaksa. Berdasarkan hal tersebut, Islam mewajibkan umatnya agar mengkosumsi *skincare* yang halal. Di Indonesia, mayoritas umat Islam mencapai 87% pada tahun 2017, dan permintaan kosmetik halal semakin meningkat dari tahun ke tahun (Baques, Noer, dan Nuzulfah, 2017).

Kesadaran Generasi Z Kecamatan Sale Terhadap UUI No. 33 Tahun 2014 Tentang Penjaminan Produk Halal

Kesadaran dalam KBBI berarti keadaan kesadaran atau pemahaman yang dirasakan atau dialami seseorang. Secara harafiah berarti kesadaran, namun juga bisa

diartikan sebagai kesadaran diri. Kesadaran juga merupakan keadaan di mana seseorang atau individu mempunyai kendali penuh terhadap rangsangan internal dan eksternal secara sadar atau sengaja.

Di sisi lain, kesadaran halal adalah proses penyampaian informasi untuk menyadarkan umat Islam tentang apa yang boleh mereka makan, minum, dan konsumsi. Dengan kata lain kesadaran berarti pengetahuan atau pemahaman tentang suatu topik atau situasi tertentu (Bashir, 2019).

Dalam hal ini, dari 10 responden, yakni Generasi Z di Kecamatan Sale memiliki kesadaran penuh akan pentingnya kosmetik halal khususnya *skincare* untuk mereka konsumsi. Mereka menyatakan bahwa *skincare* yang halal sangat penting bagi mereka. Sebagai umat Islam yang taat akan syariat agamanya, mereka sangat berhati-hati terhadap segala produk yang mereka konsumsi. Mereka akan memilih produk mana yang dibolehkan oleh syariat dan mana yang tidak. Oleh karena itu, memilih produk *skincare* yang halal merupakan suatu keharusan bagi mereka. Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa mereka merasa aman dan tidak ada kekhawatiran saat mengkonsumsi *skincare* halal karena bahan-bahan serta proses produksinya pasti sudah terjamin aman dan terhindar dari bahan-bahan haram dan berbahaya.

Dari wawancara terhadap 10 responden, 90% dari mereka belum mengetahui mengenai UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pada dasarnya mereka memilih produk halal dalam kehidupan sehari-hari sebatas bentuk ketakwaan mereka terhadap agama. Akan tetapi mereka lupa bahwa mereka juga bagian dari warga negara Indonesia. Sebagai warga negara yang baik haruslah mengetahui tentang hukum yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, tingkat pemahaman yang mendalam tentang kosmetik halal khususnya terhadap UU No. 33 Tahun 2014 masih perlu diperhatikan agar masyarakat sadar dengan penuh terhadap hukum mengenai kosmetik halal. Dengan begitu, mereka akan menjadi umat beragama yang taat dan warga negara yang taat sekaligus.

Meskipun mayoritas dari mereka belum mengenal tentang UU No. 33 Tahun 2014, tanpa mereka sadari mereka telah menerapkan UU tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Menurut salah satu responden, X7 mengatakan bahwa isi dalam UU di masyarakat awam masih belum *familiar*, masih banyak dari mereka yang tidak mengetahui isi dalam UU tersebut. Akan tetapi tanpa disadari mereka telah melaksanakan apa yang ada dalam UU tersebut, yaitu dengan mengkonsumsi produk-produk halal khususnya *skincare*. Sehingga, kesadaran mereka terhadap pentingnya mengkonsumsi produk halal merupakan bentuk kesadaran mereka terhadap UU No. 33 Tahun 2014.

Faktor Generasi Z Kecamatan Sale dalam Memilih Produk Skincare

Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, konsumen perlu memilih produk dan jasa yang ingin dikonsumsi. Pengambilan keputusan seseorang berbeda dengan pengambilan keputusan orang lain karena banyaknya pilihan yang tersedia, kondisi, dan lain-lain. Terdapat proses pengambilan keputusan ketika memutuskan sesuatu. Menurut Kotler, ada lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan:

1. Pengenalan kebutuhan, pengambilan keputusan konsumen diawali dengan adanya suatu permasalahan di mana terdapat perbedaan atau kontradiksi antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Pencarian informasi, ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan, ia mengumpulkan semua informasi yang berkaitan dengan produk tersebut dan mencari informasi tentang keberadaan produk yang diinginkan.
3. Evaluasi alternatif, dengan menggunakan informasi ini, konsumen dapat mengevaluasi produk yang mereka inginkan dan membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah mereka.
4. Tindakan pembelian, setelah dilakukan pemilihan produk, konsumen melakukan tindakan pembelian produk yang diinginkan.
5. Pasca konsumsi, setelah mengkonsumsi suatu produk, konsumen melakukan tindakan selanjutnya setelah konsumsi, yaitu tindakan pasca konsumsi. Tindakan ini berlanjut jika konsumen merasa puas atau tidak puas setelah mengkonsumsi produk tersebut.

Kesimpulan

Kesadaran dalam KBBI berarti keadaan kesadaran, yang berarti kesadaran dirasakan dan individu mempunyai kendali penuh terhadap rangsangan internal dan eksternal secara sadar atau sengaja. Kesadaran halal adalah proses penyampaian informasi untuk menyadarkan umat Islam tentang what boleh mereka makan, minum, dan konsumsi. Generasi Z di Kecamatan Sale memiliki kesadaran penuh akan pentingnya kosmetik halal khususnya *skincare* untuk mereka konsumsi. 90% dari mereka belum mengetahui UU No. 33 Tahun 2014 tentang Penjaminan Produk Halal khususnya. X7 mengatakan bahwa isi dalam UU di masyarakat awan masih belum familiar, masih banyak dari mereka yang tidak mengetahui isi dalam UU tersebut. Kesadaran terhadap pentingnya mengkonsumsi produk halal khususnya *skincare* merupakan bentuk kesadaran mereka terhadap UU No. 33 Tahun 2014. Konsumen berbeda dengan pengambilan keputusan sehari-hari dan pengambilan keputusan orang lain karena banyak pilihan yang tersedia, kondisi, dan lain-lain. Proses

pengambilan keputusan terdapat lima tahapan, pengenalan keputusan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, tindakan pembelian, dan pasca konsumsi. Pengambilan keputusan berbeda dengan permasalahan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, tindakan pembelian, dan pasca konsumsi.

Daftar Pustaka

- Ar-Razi, Fakhruddin. (2003). *Tafsir al-Kabir Mafaatih Al-Ghaib*. Cairo: Maktabah At-Taufiqiyah.
- Baques, A., Noer, B. A., dan Nuzulfah, F. (2017). Analisis Sikap, Norma Subyektif, dan Niat Beli Produk Kosmetik Halal pada Konsumen Muslimah di Surabaya. *Jurnal Tenik ITS*, 6 (2).
- Bashir, A. M. (2019). Effect of Halal Awareness, Halal Logo, and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention. *British Food Journal*, 1998-2015.
- Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya
- Hasibuan, S. W., Nasution, M. Y., Siregar, S. (2019). Kesadaran Konsumen Menggunakan Kosmetik Halal Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Holistic. *Jurnal At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 5 (2).
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terj. A. Maulana, D. Berandi, dan W. Herdani. Jakarta: Erlangga.
- Sup, D. F. A. (2023). Pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dalam Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) pada Produk Keripik Pare Bunda. *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 (2), 88-99. <https://doi.org/10.54437/annafah.v1i2.1039>.

