

Kesadaran Masyarakat tentang Kosmetik Halal (Studi Kasus di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus)

Maulana Syafi'i

IAIN Kudus, Indonesia

maulanabosku99@gmail.com

Abstrak

Produk kosmetik tentunya sedang trend di semua jenis kalangan, dimulai dari anak-anak, remaja, dewasa, sampai lanjut usia. Mempercantik diri tidak hanya dengan memakai kosmetik, akan tetapi juga terdiri dari skincare. Kosmetik berfungsi untuk mempercantik diri kita sesaat, sedangkan skincare berfungsi untuk merawat kulit kita. Hasil penelitian dari 10 responden yaitu masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa IAIN Kudus di Kecamatan Kota letaknya di Toko CMC Moonlight dapat diketahui bahwa masyarakat lebih sadar betul akan pentingnya kosmetik atau skincare yang halal dan ber-BPOM. Karena, kosmetik atau skincare yang terjamin kehalalannya juga terjamin akan komposisi dalam produk tersebut. Masyarakat menyadari bahwa ada produk kosmetik atau skincare yang belum terjamin atau ilegal yang masih dipasarkan oleh orang yang tidak bertanggungjawab, dan dibeli oleh orang yang tidak peduli dengan kesehatan. Oleh karena itu, masyarakat lebih percaya belanja kosmetik dan skincare di toko yang sudah resmi dan terpercaya. Karena barangnya sudah halal dan ber-BPOM. Dalam hasil penelitian juga dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih minim edukasi tentang UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Hal tersebut dikarenakan, banyak masyarakat lebih percaya akan iklan dan promosi dari pada pengetahuan tentang hukum jaminan produk halal yang telah dijelaskan di undang-undang Indonesia.

Kata Kunci: Kosmetik; Skincare; Halal



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 Maulana Syafi'i

Pendahuluan

Dunia kecantikan sekarang sedang gencar-gencarnya. Banyak berbagai orang mengeluarkan *brand* kecantikan. Hal tersebut dikarenakan kecantikan yaitu meliputi *make up, skincare, hair care, dan body care* sudah menjadi sahabat khususnya kaum wanita. Kecantikan diibaratkan sebagai hal yang pokok untuk menemani kita dan membuat kita menjadi lebih cantik dan *fresh*. Kosmetik dan *skincare* seperti kebutuhan pokok yang harus digunakan sehari-hari. Oleh karena itu, keamanan dan kehalalan produk kosmetik tentunya menjadi opsi paling penting bagi masyarakat Indonesia. Apalagi masyarakat di Indonesia tergolong banyak dari umat Muslim.

Bagi umat Muslim mengonsumsi produk halal merupakan sebuah kewajiban. Kata "*halal*" berasal dari bahasa Arab yang artinya diperbolehkan atau sesuai hukum Islam. Lawan kata dari halal ini adalah haram yang berarti dilarang atau tidak diperbolehkan. Halal dan haram tidak hanya berhubungan dengan kegiatan konsumsi namun terkait dengan seluruh kegiatan yang dilakukan manusia seperti kegiatan berdagang yang harus bersih dari unsur riba dan perbuatan curang. Hukum mengenai kehalalan suatu hal mengacu pada Al-Qur'an dan Hadith, seperti pada Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168, "*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*".

Dengan demikian, keamanan dan kehalalan produk kosmetik yang dipakai oleh kaum Muslim diperlukan adanya kepastian dan jaminan halal. Jaminan kehalalan suatu produk dapat berwujud sertifikat halal yang menyertai produk kosmetik sehingga pada kemasannya dapat mencantumkan logo halal. Adanya UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal untuk menjamin ketersediaan produk halal, ditetapkan bahan produk yang dinyatakan halal, baik bahan yang berasal dari bahan baku hewan, tumbuhan, mikroba, maupun bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawai, proses biologi, atau proses rekayasa genetik.

UU tersebut akan mempermudah kaum Muslim untuk memilih produk kosmetik yang halal dan terjamin keamanannya. Akan tetapi dari hasil penelitian di daerah Kota Kudus dapat disimpulkan masyarakat banyak yang belum mengetahui tentang UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada pembaca tentang suatu kosmetik, bagaimana kosmetik yang baik dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan dalam penggunaan suatu kosmetik, sehingga kesalahan dalam penggunaan kosmetik dapat dihindari lebih dini.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu menarasikan data yang terakumulasi dengan kata-kata. Penelitian ini berfokus ada kesadaran masyarakat daerah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus tentang kesadaran kosmetik yang halal. Pengumpulan data pada penelitian ini bersumber dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang utama dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Kabupaten Kudus. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan masalah yang terjadi, menganalisis yang mendalam, dan menarik kesimpulan dari data yang digali. Dalam metode kualitatif, peneliti menjadi informan utama yang memainkan peran kunci dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Kosmetik

Kosmetik dalam bahasa Yunani yaitu *"kosmetikos"* berarti keterampilan menghias, sedang *"kosmos"* berarti hiasan. Kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran berbagai senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintetis. Dengan kata lain, kosmetik adalah obat (bahan) untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya seperti bedak dan pemerah bibir. Sedangkan kosmetika adalah ilmu kecantikan, ilmu tata cara mempercantik wajah, kulit, dan rambut.

Kosmetika juga dapat diartikan sebagai bahan atau kesediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar, atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (Pangaribuan, 2017).

Menurut BPOM RI Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika, menyatakan bahwa definisi kosmetik adalah, *"Bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik"* (Oktasari, 2018).

Kosmetik yang beredar di pasaran sekarang ini dibuat dengan berbagai jenis bahan dasar dan cara pengolahannya. Menurut bahan yang digunakan dan cara

pengolahannya, kosmetik dapat dibagi menjadi 2 golongan besar yaitu kosmetik tradisional dan kosmetik modern. Kosmetik tradisional adalah kosmetik alamiah atau kosmetik asli yang dapat dibuat sendiri langsung dari bahan-bahan segar atau yang telah dikeringkan, buah-buahan, dan tanam-tanaman di sekitar kita. Kosmetik modern adalah kosmetik yang diproduksi secara pabrik (laboratorium), di mana telah dicampur dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetik tersebut agar tahan lama, sehingga tidak cepat rusak.

Label Halal

Label halal merupakan sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label yang baik minimal mencantumkan nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, isi produk, dan keterangan legalitas. Informasi di dalam label sangat bermanfaat bagi konsumen. Dengan adanya label, konsumen dapat dengan mudah melakukan evaluasi terhadap produk yang akan dibelinya (Izzuddin, 2018).

Label halal juga disebut pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Produk halal adalah obat, produk pangan, kosmetika, dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya. Produk halal juga tidak boleh mengandung unsur atau barang haram yang dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, dan bahan pembantu lainnya. Bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam juga merupakan persyaratan dari label halal. Label halal diberikan kepada sebuah produk juga karena produk tersebut dan kandungan didalamnya memberikan lebih banyak manfaat daripada *mudharat*-nya (Hesty dan Puspitasari, 2019).

Penilaian Produk Kosmetik

Dalam penilaian produk kosmetik, konsumen sering menilai produk asing berdasarkan produk mereka persepsi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal produk. Sebagaimana konsumen menilai dari *influencer* yang sedang *trending* dalam berbagai media sosial. Dan membedakan dengan promosi *influencer* lain yang menurut konsumen juga bagus. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penilaian produk bahwa konsumen sering membedakan barang satu dengan barang lain agar barang yang dibelinya nanti bisa berguna bagi konsumen dan tidak merugikan konsumen. Pengertian pengetahuan produk (*product knowledge*), menurut Rao, "Mendefinisikan pengetahuan produk (*product knowledge*) sebagai acuan terhadap

semua informasi atau berita yang dapat dipertanggungjawabkan ke dalam pikiran konsumen yang sama persis terhadap pengetahuan produk halal. Konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai harapannya” (Vristiyana, 2019). Pengetahuan seseorang terhadap produk halal merupakan dasar yang sangat penting dalam mencari tahu perilaku konsumen lainnya sama halnya dengan mencari berita yang benar agar tidak termakan berita bohong atau *hoax*. Ada dua macam pemikiran yang membedakan yang pertama pengetahuan objektif dan *self assessed*, pengetahuan objektif yaitu informasi yang dapat dipertanggung jawabkan dan dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama. Selanjutnya *self assessed* adalah menyangkut pemikiran seseorang bagaimana seberapa jauh tentang pengetahuan terhadap produk halal (Sevie, 2020).

Keyakinan Religius

Religiusitas merupakan penghayatan agama seseorang yang menyangkut dengan simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku. *Religious* digambarkan sebagai adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, kemudian perasaan agama sebagai afektif, dan perilaku terhadap kepada agama disebut unsur psikomotorik. Aktifitas sehari-hari sangatlah erat dengan religiusitas, kemudian sikap *religious* adalah integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama dengan perasaan serta tindakan keagamaan pada seseorang. Setiap agama mempunyai aturan mana yang dapat dilakukan dan mana yang tidak dapat dilakukan, termasuk perilaku konsumsi sehingga dapat menimbulkan sumber keyakinan *religious* dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk.

Keyakinan *religious* mempunyai peran yang penting, untuk menentukan produk yang akan kita gunakan setiap hari karena beberapa agama ada batasan mana yang haram dan tidak boleh dikonsumsi. Contohnya, orang Muslim dilarang mengkonsumsi makanan atau produk yang bahannya berasal dari babi (Pramintasari dan Fatmawati, 2017). Hal itu diperkuat dengan firman Allah Swt. surat Al-Mu'minum ayat 51, *“Wahai sekalian utusan Ku, makanlah dari yang halal dan beramallah yang shalih. Sesungguhnya Aku sangat mengetahui apa juga pun yang kamu kerjakan (amalkan)”*. Oleh karena itu, dimanapun seorang Muslim memilih untuk hidup maka mereka masih sadar halal karena keyakinan yang mereka yakini.

Kesadaran Halal

Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Pengetahuan tersebut meliputi pemahaman apa yang halal dan bagaimana proses produksi suatu produk menurut standar halal Islam. Kesadaran halal adalah pengetahuan seorang Muslim tentang konsep halal,

proses halal, dan menganggap bahwa menggunakan produk halal adalah penting baginya (Pramintasari dan Fatmawati, 2017).

Konsep mengkonsumsi dan menggunakan produk halal di Indonesia saat ini tidak hanya mencakup dari sektor makanan halal namun merambah sektor keuangan syariah, perjalanan halal, pakaian atau busana halal, media dan rekreasi halal, obat-obatan halal, perawatan medis (rumah sakit), dan kosmetik halal (Sara, et. al., 2022). Adapun rumor bahan halal dalam produk kosmetik di kalangan kaum muda menimbulkan tantangan serius. Di sisi lain, menumbuhkan kesadaran konsumen dan karenanya permintaan akan produk halal, bukan hanya makanan halal dan minuman, telah memprovokasi produsen kosmetik lama dan baru di industri kosmetik untuk membuat produk halal. Kemudian aspek halal produk kosmetik dan perawatan pribadi mencakup bahan, semua proses yang terlibat dalam produksi hingga pengiriman ke konsumen, evaluasi keamanan, dan kemanjuran produk.

Pemilihan Konsumen Muslim tentang Produk Kosmetik Halal

Produk kosmetik adalah sahabat para wanita, tidak hanya kalangan remaja saja akan tetapi di semua kalangan. Karena produk kosmetik membuat diri seseorang menjadi lebih percaya diri. Kosmetik bukan hanya ada beberapa *brand* saja melainkan banyak perusahaan yang mengeluarkan usaha kosmetik. Dan toko kosmetik sekarang udah banyak sekali yang dapat kita jumpai. Pemilihan produk kosmetik yang halal dan terjamin keamanannya adalah hal utama yang harus diketahui oleh para konsumen. Pengetahuan seseorang terhadap produk halal merupakan dasar yang sangat penting dalam mencari tahu perilaku konsumen lainnya sama halnya dengan mencari berita yang benar agar tidak termakan berita bohong atau *hoax*.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pemilihan produk kosmetik yang dicari adalah kosmetik yang bersertifikat halal dan ber-BPOM, karena label halal diberikan kepada sebuah produk tersebut dan kandungan di dalamnya memberikan lebih banyak manfaat daripada *mudharat*-nya. Hal tersebut diperkuat hasil wawancara dengan Siti Maysaroh yang mengatakan bahwa, "*Pemilihan kosmetik harus terjamin komposisinya dan kehalalannya agar aman ketika dipakai sehari-hari*".

Pendapat dari narasumber lain menegaskan alasan pemilihan produk kosmetik berasal dari penglihatan dan pendengaran seperti iklan yang menyakatan bahwa produk yang diiklankan halal. Sebagaimana konsumen menilai dari *influencer* yang sedang *trending* dalam berbagai media sosial. Dan membedakan dengan promosi *influencer* lain. hal tersebut terbukti oleh wawancara Novianti yang mengatakan, "*Memilih produk kosmetik Wardah karena promosi besar-besaran yang mengkampanyekan bahwa produk Wardah terjamin kehalalannya*".

Dalam pengolahan kosmetik ada 2 golongan besar yaitu kosmetik tradisional dan kosmetik modern. Kosmetik tradisional adalah kosmetik buatan rumah, alamiah atau kosmetik asli yang dapat dibuat sendiri langsung dari bahan-bahan segar atau yang telah dikeringkan, buah-buahan, dan tanam-tanaman di sekitar kita. Sedangkan kosmetik modern adalah kosmetik yang diproduksi secara pabrik (laboratorium), di mana telah dicampur dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetik tersebut agar tahan lama, sehingga tidak cepat rusak. Pemilihan produk halal juga tidak hanya dari label halal dan iklan, melainkan dari tempat di mana konsumen membeli. Pembelian suatu produk akan terpercayanya ketika toko atau *store* terjamin akan 100 persen keasliannya dan kehalalannya. Toko tersebut mempunyai ciri-ciri seperti adanya *sales* dan *beauty advisor* dari *brand* yang jelas. Diperkuat dengan wawancara Moza bahwa, “*Lebih percaya pembelian kosmetik di toko besar yang ada BA dan jelas brandnya dan asalnya, karena jika beli di toko kelontongan belum tentu jelas asalnya dan keasliannya. Jadi saat dipertanyakan keamanan dari kosmetik tersebut*”.

Jadi pemilihan produk kosmetik halal mempunyai beberapa macam alasan yang memperkuat konsumen untuk membeli produk halal, yaitu karena label halal ada kemasan kosmetik, dari promosi besar-besaran yang mengkampanyekan bahwa *brand* tersebut halal, dan pembelian di toko yang terjamin asal usul produk kosmetik agar terhindar dari barang yang tidak jelas asalnya.

Kesadaran Masyarakat tentang Keputusan Pembelian Kosmetik Halal

Kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang Muslim tentang apa itu halal, mengetahui hal-hal apa saja yang boleh dikonsumsi, hal apa saja yang harus dihindari seorang Muslim. Dengan demikian seorang Muslim harus memprioritaskan kosmetik yang halal untuk digunakan.

Dalam penelitian ini, terkuak bahwa kesadaran di kalangan konsumen bisa menjadi faktor penentu utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Karena alasan itu, penting bagi umat Muslim untuk memiliki, memahami, dan mengetahui tentang halal dalam mengukur kesadaran halal. Seperti halnya produk halal bukan hanya bahan baku pada produk, tapi juga mencakup aspek lain seperti keselamatan dan kualitas, penanganan, peralatan pengolahan, alat bantu pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi, dan ritel. Hal tersebut dibuktikan dengan wawancara Randi yang menyebutkan bahwa, “*Kesadaran membeli produk non alkohol agar ketika melaksanakan ibadah tetap diterima*”.

Kesadaran seorang Muslim juga terdapat ada keyakinan religiusnya, karena setiap orang mempunyai tingkat kesadaran masing-masing. Keyakinan *religious* mempunyai peran yang penting, untuk menentukan produk yang akan kita gunakan

setiap hari karena beberapa agama ada batasan mana yang haram dan tidak boleh dikonsumsi. Teori tersebut berkesinambungan dengan wawancara Ibu Rusli bahwa, “Pemilihan produk *V Natural Temulawak* karena sudah bersertifikat halal dan ber-BPOM, karena dulu pernah salah membeli temulawak abal-abal tanpa sertifikat halal dan mengandung bahan kimia yaitu merkuri dan membuat wajah saya rusak”.

Kemudian penerapan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mayoritas Masyarakat Kota tidak mengetahui isi dari undang-undang secara mendalam, karena kurangnya pengetahuan tentang UU, akan tetapi masyarakat sadar betul untuk pemilihan produk halal itu penting dan terjamin keamanannya.

Jadi kesadaran pemilihan produk kosmetik halal di Kota Kabupaten Kudus cukup tinggi dengan memilih produk yang bersertifikat halal, mempunyai jiwa *religious* yang tinggi sehingga menjauhi bahan yang haram dan berbahaya. Akan tetapi minimnya pengetahuan secara mendetail tentang UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Masyarakat Kota Kabupaten Kudus membeli produk kosmetik yang bersertifikat halal dan ber-BPOM dengan berbagai alasan, yaitu komposisinya aman, produk dengan sertifikat halal, promosi besar tentang keamanan dan kehalalan produk kosmetik, dan asal pembelian yang aman. Masyarakat Kota Kabupaten Kudus juga memiliki kesadaran tinggi untuk memilih produk kosmetik yang halal dan terjamin. Hal tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai *religious*, kandungan yang terdapat pada kosmetik, efek samping jika menggunakan bahan berbahaya, dan kebutuhan konsumen dalam menjalankan ajaran agama Islam.

Daftar Pustaka

- Hesty, R., dan Puspitasari, U. (2019). Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian pada Kosmetik Berlabel Halal. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2 (1), 68-77. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/bmaj/article/download/3212/1651>.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3 (2), 100-114. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/download/1886/1547.
- Oktasari, O. (2018). Bisnis Kosmetik dalam Etika Bisnis Islam. *AL-INTAJ*, 4 (1), 18-33.

[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1299671&val=17493&title=BISNIS KOSMETIK DALAM ETIKA BISNIS ISLAM.](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1299671&val=17493&title=BISNIS%20KOSMETIK%20DALAM%20ETIKA%20BISNIS%20ISLAM)

- Pangaribuan, L. (2017). Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya bagi Kaum Perempuan. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, 15 (2), 20-28. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jkss/article/download/8771/7578>
- Pramintasari, T. R., dan Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal , Paparan Informasi , dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8 (1), 1-33. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/viewFile/3922/3384>.
- Sara, S. K., Ahmad, R. M., dan Arkiang, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi, dan Bisnis Islam*, 4 (1), 21-37. <https://journal.uiad.ac.id/index.php/asy-syarikah/article/download/820/560>.
- Sevie, I. S. M. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 22 (1), 57-72. <https://jurnaltsm.id/index.php/JBA/article/download/613/520>.
- Sup, D. F. A. (2023). Pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dalam Program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) pada Produk Roti Sobek Trizta. *Jurnal Aksi Afirmasi*, 4 (2), 58-74. <https://doi.org/10.35897/jurnalaksiafirmasi.v4i2.1042>.
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal. *EKOBIS*, 20 (1), 85-100. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/download/4055/2864>.

