

PRESEPSI MASYARAKAT DESA SIDOGIRI TENTANG LABEL HALAL PADA KOSMETIK WARDAH

Nuruddin

STEBI Syaikhona Kholil Sidogiri, Indonesia
Email: nuruddin@syaikhonakholilsidogiri.ac.id

Abstract:

This research is motivated by the large number of goods and services available on the market, which makes consumers seek assurance regarding the halal status of circulating products, including cosmetics. The purpose of this study is to determine the perceptions of the Sidogiri Village community toward the halal label on Wardah cosmetics and to examine the implications of these perceptions for their selection of Wardah cosmetic products. This study employs an empirical or sociological research approach. The data sources consist of primary data obtained through interviews and secondary data collected indirectly from various references. The results of this study indicate that: (1) the perceptions of the Sidogiri Village community regarding the halal label on Wardah cosmetics can be categorized into three views—first, as a sign that the cosmetics do not contain any haram elements and are safe for consumer use; second, as products that have received authorization from BPOM; and third, as labels certified by the Indonesian Ulema Council (MUI); and (2) the community's perception of the halal label does not significantly influence their choice of cosmetic products. The Sidogiri Village community's decision to purchase Wardah cosmetics is influenced by four factors: self-expression, hedonic value, practical relevance, and perceived purchase risk. Consequently, the halal label on Wardah cosmetic products is rarely taken into consideration by the Sidogiri Village community.

Keywords: *Perception, Halal Label, Cosmetics, Wardah*

Pendahuluan

Munculnya berbagai macam produk dalam negeri dan luar negeri berupa barang dan jasa, di mana mudah dijumpai di berbagai tempat. Adanya pemberlakuan MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) pada tahun 2015 produk -produk luar negeri tersebar luas di pasar

Indonesia.¹ Tersebarnya produk luar negeri ada salah satu faktor penting pada sebuah produk untuk diketahui semua konsumen adalah informasi terkait produk tersebut. Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk 88% (sekitar 175 juta jiwa) beragama muslim dan termasuk negara muslim terbesar. Maka informasi produk terkait halalnya suatu produk menjadi faktor penting dibenak konsumen. Kebutuhan terhadap kehalalan suatu produk merupakan hal yang niscaya bagi umat Islam serta menjadi hak dasar bagi setiap muslim termasuk sebagai implikasi umat Islam. Ketidak jelasan informasi dan kehalalan suatu produk menjadi persoalan penting untuk melindungi masyarakat Indonesia sebagai konsumen. Mengkonsumsi barang dan jasa yang tidak memiliki jaminan kepastian hukum halal akan menjadi batu sandungan bagi seorang untuk menjalin relasi dan komunikasi yang baik dengan Tuhan.² Kehalalan suatu produk tidak terlepas dari konsep *thoyyib*. Konsep *thoyyib* pada produk halal memproduksi produk yang benar-benar berkualitas dan bermanfaat, hal ini menjadi keunggulan daya saing.³

Produk halal telah diatur dalam Undang-Undang No.33 Tahun 2014 tenrang Jaminan Produk Halal (JPH) maka produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib besertifikat halal (Pasal 4). Produk yang dimaksud yaitu makanan, minuman, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, rekayasa genetik, baranggunaan yang dipakai atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Selain itu juga di atur dalam UU No. 33 tahun 2014 tentang jaminan Produk Halal pasal 25 (poin a) meyebutkan “Pelaku usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib: mencantumkan Label Halal pada produk yang telah mendapat Sertifikat Halal”. Berdasarkan pasal-pasal tersebut berlaku pada pelaku usaha yang memasarkan produknya di wilayah Indonesia. Penggunaan label halal tidak sembarang digunakan pada kemasan produk. Para pelaku usaha harus mendaftarkan produknya ke pihak LPPOM MUI dengan melalui berbagai proses

¹ Bakhri, Boy Syamsul, „Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Dan Tinjauan Dari Perspektif Ekonomi Syariah“, Jurnal Ekonomi KIAT, 26.2 (2015), 63–74

² Bustamar, Bustamar, „Sengketa Konsumen Dan Teknis Penyelesaiannya Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk)“, JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah), 14.1 (2016), 35–46

³ Tualeka, M Wahid Nur, „Gerakan Neomodernisme Islam Di Indonesia“, AlHikmah: Jurnal Studi Agama-Agama, 1.1 (2017)

sehingga produknya telah legal, hal ini termasuk perlindungan konsumen bagi umat muslim.

Produk yang menjadi *trend* saat ini adalah produk kosmetik dan produk tersebut menjadi kebutuhan yang penting setelah kebutuhan primer. Bagi perempuan berpenampilan cantik dan menarik merupakan hal yang harus diperhatikan. Tampil cantik harus memperhatikan halal yang dapat mempengaruhi proses ibadah kita sebagai umat muslim. Di Desa Sidogiri masyarakatnya dalam penggunaan produk kosmetik bukan untuk mempermak diri melainkan sebuah cara untuk menunjukkan dirinya sebagai wanita yang mengerti cara menghargai dirinya sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Desa Sidogiri tentang label halal pada kosmetik wardah dan implikasi persepsi mereka tentang label halal terhadap pemilihan produk tersebut.

Kajian Teori Konsep Halal

Kata halal (حلال) berasal dari bahasa Arab yang berarti diperbolehkan. Halal adalah segala sesuatu yang boleh dikerjakan atau digunakan. Dengan pengertian bahwa orang yang melakukannya tidak mendapat sanksi dari Allah SWT. Menurut Asep Mahmud Ismail Sinni dan Haimur Hasan Yusuf dalam *Mu'jam al Thullab* menguraikan kata halal sinonim dengan kata *jaza* yang berarti boleh atau *mubah*.⁴ Makna dasar tersebut secara eksplisit mengandung maksud hal-hal yang boleh dilakukan karena bebas dari ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Istilah lain yang sering digandengkan dengan kata halal adalah *thayyiba*. Kata *thayyiba* memiliki maknalezat, baik, sehat, menentramkan dan paling utama. Tentang lafadz *"thayyib"* yang disebutkan pada surah al- Baqarah ayat 168 yang artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Label Halal

⁴ Asep, Suheri, „Pengaruh Makanan Halal Dan Thayyib Terhadap Manusia Dalam Kajian Kitab Al-Asas Fi Al-Tafsir“ (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2021)

Label Halal adalah tanda kehalalan suatu Produk. Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Adapun yang dimaksud produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam⁵. Syarat-syarat produk halal menurut Islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam prosesnya, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya, dan halal dalam penyajiannya. Menurut Peraturan Pemerintah Pasal 10 Nomor 69 Tahun 2010, yaitu setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan, obat-obatan, maupun kosmetik yang dikemas di dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label⁶

Komestik

Kosmetik berasal dari bahasa Yunani “kosmetikos” yang berarti keterampilan menghias, mengatur. Namun, pada perkembangannya istilah kosmetik telah dipakai oleh banyak kalangan dan profesi yang berbeda, sehingga pengertian kosmetik menjadi begitu luas. 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 mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangi, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.⁷ Pemilihan produk kosmetik diperlukan suatu kewaspadaan akan komponen yang terkadung di dalamnya, terutama yang dapat menimbulkan efek samping bagi konsumen. Kewaspadaan yang timbul di masyarakat mendorong pemerintah untuk memberikan jaminan keamanan bagi para konsumen, terlebih pada produk kosmetik. Agar rasa khawatir

⁵ Ilyas, Musyfikah, „Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat”, Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam, 4.2 (2017), 357-76

⁶ Iswatin Khasanah, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

⁷ Kementerian Agama RI, Al Qur'an Dan Terjemah: QS. Al-Baqarah Ayat 168 (Indonesia, 2010)

tersebut bisa ditaklukkan dengan adanya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan di Desa Sidogiri dengan jumlah responden sebanyak 40. Tempat ini menjadi objek penelitian karena banyaknya konsumen yang menggunakan produk kosmetik wardah. Adapun waktu penelitian pada bulan oktober 2022 sampai bulan juni 2023. Teknik pengambilan sample dengan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria yaitu; responden membeli produk kosmetik wardah dan menggunakan minimal 1 tahun. Sedangkan Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara yang terbagi menjadi 3 yaitu; interview bebas, interview terpimpin, dan interview bebas terpimpin dan juga observasi dan dokumentasi. Teknik Analisis Data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion*. Sedangkan pengecekan keabsaan data peneliti melakukan uji kredibilitas terhadap data dari subjek dan perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan dengan maksud untuk mengetahui lebih jelas terkait data yang telah diperoleh dengan kondisi lapangan yang sama maupun yang baru.

Hasil dan Pembahasan

Tabel. 1 Tanggapan Masyarakat Desa Sidogiri Pada Kosmetik Wardah

No	Tipe Konsumen	Jumlah Informan
1	Menjadi Kebutuhan	37 masyarakat Desa Sidogiri
2	Menjadi Keperluan	3 masyarakat Desa Sidogiri

Sumber : data primer diolah

Masyarakat Desa Sidogiri menggunakan kosmetik wardah sebagai kebutuhan untuk dirinya artinya masyarakat di desa tersebut tidak bisa lepas dengan kosmetik untuk setiap keperluannya . Masyarakat Desa Sidogiri berpendapat bahwa menggunakan kosmetik itu sangat penting bagi perempuan dan kosmetik menjadi sebuah kebutuhan primer seseorang terpenuhi. Namun sebagian masyarakat yang menganggap kosmetik hanya sebagai keperluan berjumlah 3 orang, Masyarakat Desa Sidogiri berpendapat bahwa kosmetik tidak harus ada setiap hari, seseorang bisa saja tanpa berdandan.

Tabel. 2 Tipe Konsumen Dalam Menggunakan Kosmetik

No	Tipe Konsumen	Jumlah Informan
1.	Konsumen Fanatik	11 Masyarakat Desa Sidogiri
2.	Kosumen Biasa	29 Masyarakat Desa Sidogiri

Konsumen fanatik merupakan konsumen yang tidak suka berganti-ganti produk, dalam hal ini konsumen untuk beralih ke produk lain akan sulit. Masyarakat Desa Sidogiri terhadap penggunaan kosmetik yang memiliki dampak karena ketidak cocokan kosmetik. Hal ini muncul dibenak masyarakat Desa Sidogiri lebih memilih produk yang dirasa paling cocok dan tidak menimbulkan efek samping bagi masyarakat Desa Sidogiri selama pemakaian kosmetik. Konsumen biasa merupakan konsumen yang suka berganti produk. Untuk menggunakan kosmetik mereka banyak memakai/ mengoleksi berbagai jenis kosmetik yang diaplikasikan pada dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam kurun waktu 1 tahun mereka membeli berbagai jenis kosmetik yang muncul di pasaran maupun produk baru yang sebelumnya belum pernah dipakai, meski kosmetik yang sebelumnya belum habis digunakan.

Tabel. 3 Tempat Pembelian Produk Kosmetik Wardah

No	Pembelian Ke-	Jumlah Informan
1	Sosial Media/Situs Online	12 masyarakat Desa Sidogiri
2	Toko/Swalyan	28 masyarakat Desa Sidogiri

Berdasarkan tabel di atas sebanyak 12 informan memilih berbelanja di situs online, menurut masyarakat di Desa Sidogiri melakukan pembelian menggunakan media sosial akan memperoleh harga yang lebih terjangkau serta pemilihan produknya lebih banyak. Namun dalam metode ini masih kurang di minta oleh masyarakat di desa tersebut, ada yang menjadi kekhawatiran masyarakat terhadap produk yang beredar yaitu : barang yang datang tidak sesuai dengan barang yang dipesan hal ini menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap penjual maupun situs yang dituju. Seperti yang dialami oleh masyarakat Desa Sidogiri membeli produk kosmetik melalui online ternyata produk tidak asli diketahui tidak adanya label pada kemasan. Sebagian besar masyarakat melakukan pembelian di toko/swalyan dengan jumlah 28 informan. Hal tersebut karena dengan melakukan

pembelian secara langsung ke toko/swalayan dapat keuntungan seperti :

1. Dapat berkonsultasi langsung dengan sales yang ada di toko kosmetik
2. Dapat mencoba tester yang disediakan di toko kosmetik, sehingga konsumen bisa merasakan langsung kosmetik yang dibelinya.
3. Dapat dengan bebas melihat serta memilih berbagai jenis kosmetik yang tersedia di toko/swalayan.
4. Dapat melihat secara langsung bahan yang digunakan pada kosmetik untuk menghindari adanya bahan berbahaya.
5. Adanya rasa khawatir yang timbul pada diri masyarakat Desa Sidogiri akan produk kosmetik palsu atau tidak jelas asalnya sehingga khawatir terhadap bahaya/dampak yang akan ditimbulkan kemudian.
6. Adanya rasa nyaman dan percaya jika masyarakat Desa Sidogiri dapat melihat produk kosmetik yang akan dibelinya secara langsung.

Presepsi Masyarakat Desa Sidogiri tentang Label Halal Pada Kosmetik Wardah

1. Pengertian Label

Mengenai definisi label halal sendiri masyarakat di Desa Sidogiri memiliki pengertian yang berbeda beda. Meskipun masyarakat memahami terkait dengan definisi dari label halal masih ada masyarakat yang kurang memperhatikan produk yang memiliki label halal tetapi masih ada sebagian masyarakat memperhatikan label halal untuk membeli suatu produk. Salah satu pendapat masyarakat “Dalam membeli produk kosmetik saya memperhatikan kehalalannya dan pastinya yang berkualitas bagus, cocok dengan kulitnya dan harga terjangkau. Supaya lebih aman dan tidak khawatir terjadi hal-hal buruk “. Hal ini menandakan bahwa pemahaman terkait dengan label halal di Desa Sidogiri cukup paham terhadap hal tersebut.

Tabel. 4 Hasil Data Tentang Pengertian Label

No.	Pengertian Label	Jumlah Informan
------------	-------------------------	------------------------

1.	Tanda atau identitas dari suatu produk mengenai suatu informasi berupa keterangan atau petunjuk .	19
2.	Sebagai brand atau citra merek dari suatu produk	8
3.	Berguna untuk menarik konsumen	7
4.	Sebagai acuan untuk mengetahui berbagai jenis kosmetik	2
5.	Sebagai ciri khas yang dimiliki suatu produk dan membedakan dari produk lainnya.	4

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4 bahwa mayoritas masyarakat Desa Sidogiri memahami label sebagai tanda atau petunjuk yang berisi informasi mengenai suatu produk. Adapun beberapa informasi yang disampaikan beragam, tergantung pada label yang dibuat oleh produsen. Di mana keterangan yang disampaikan label itu sendiri berisi gambaran atau petunjuk tentang nama produk, bahan yang digunakan, jangka waktu produksi sampai expired, informasi mengenai kegunaan produk, kode produksi lokal atau luar negeri, kemudian ada juga label terkait harga. Namun ada sebagian masyarakat Desa Sidogiri berpendapat bahwa label itu harus ada, karena adanya label konsumen bisa dengan jelas mengetahui informasi tentang produk. Dengan adanya keberadaan label tersebut bisa memberikan rasa kepercayaan kepada produk dan penjual. Hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 (a) disebutkan bahwa : Hak Konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Selanjutnya di dalam Pasal 4 (c) disebutkan bahwa : Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Tabel. 5 Hasil Datang Tentang Pengertian Label Halal

No.	Pengertian Label Halal	Jumlah Informan
1.	Suatu fatwa tertulis dari MUI tanda bahwa sudah dijamin kehalalannya	6
2.	Label yang bertuliskan halal dengan huruf Arab sebagai tanda produk tersebut telah memiliki ijin MUI	4

3.	Tanda untuk produk yang sudah aman dan boleh digunakan	22
4.	Informasi bahwa produk telah melalui uji sertifikasi BPOM MUI	8

Berdasarkan tabel bahwa sebanyak 22 informan di Desa Sidogiri memahami label halal sebagai tanda untuk produk yang sudah aman dan boleh digunakan oleh masyarakat secara luas. Adanya label halal merupakan faktor penting bagi konsumen dalam memilih suatu produk untuk digunakan. Masyarakat di Desa Sidogiri menganggap bahwa label halal pada kosmetik harus ada karena itu penting dan menambah nilai plus untuk pemasaran produk kosmetik itu sendiri.

Tabel. 6 Hasil Data Tentang Pengertian Halal

No.	Pengertian Halal	Jumlah Informan
1.	Halal yaitu boleh/diizinkan untuk dimakan serta digunakan sesuai islam	25
2.	Halal yaitu sebuah label dari MUI	3
3.	Halal yaitu sesuatu yang aman, tidak mengandung bahan berbahaya dan diperbolehkan menurut islam	9
4.	Halal yaitu mendapatkan izin dari BPOM	2
5.	Halal yaitu sebuah lisensi	1

Berdasarkan tabel mayoritas masyarakat Desa Sidogiri sebanyak 25 orang berpendapat bahwa halal yaitu sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan untuk digunakan, dipakai maupun dimanfaatkan/dinikmati yang telah memenuhi kriteria dalam hukum Islam. Halal sebagai acuan konsumen untuk membeli sesuatu, agar apa yang dikonsumsi serta digunakan tidak mengandung bahan berbahaya maupun yang dilarang oleh Allah SWT. Masyarakat Desa Sidogiri sebagai seorang muslim telah memahami hal dasar yang harus diperhatikan agar tidak melanggar dari ketentuan Allah. Dengan memahami kata halal itu sendiri bisa sebagai pengingat diri bahwa seorang muslim sebagai konsumen juga memperhatikan terhadap apa yang akan digunakan maupun dikonsumsi.

Tabel. 7 Data Informan Tentang Presepsi Label Halal Pada Kosmetik Wardah

No.	Presepsi label halal pada kosmetik	Jumlah Informan

1.	Tanda kosmetik itu tidak mengandung unsur haram dan aman bagi konsumen	21
2.	Produk yang sudah mendapat ijin halal BPOM dan MUI	13
3.	Sangat penting harus ada	6

Berdasarkan tabel Masyarakat Desa Sidogiri sebanyak 21 orang berpendapat bahwa label halal pada kosmetik yaitu tanda kosmetik itu tidak mengandung unsur haram dan aman bagi konsumen. Pada penjelasan lain Label Halal dianggap sebagai suatu proses yang harus ditempuh terlebih dahulu setelah memenuhi berbagai persyaratan melalui lembaga yang berwenang. Beberapa masyarakat Desa Sidogiri memaknai bahwa label halal tersebut telah didapatkan dari sebuah lembaga, 13 masyarakat Desa Sidogiri menyebutkan didapatkan dari BPOM dan MUI. Terdapat 6 masyarakat Desa Sidogiri ada yang berpendapat bahwa label halal pada kosmetik itu sangatlah penting sehingga harus ada. Masyarakat Desa Sidogiri ini memahami label halal sebagai suatu hal yang menjadi tolak ukur untuk mengetahui kemanan dari produk secara jelas dapat diketahui apabila terdapat label yang tertera pada kemasan. Pencantuman label halal ini penting karena latar belakang seseorang dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsi maupun digunakan. Demi melindungi diri sendiri seseorang beranggapan bahwa pencantuman label halal penting terlebih bagi masyarakat muslim. Hal ini menunjukkan sikap konsumen muslim yang berpikir kritis dengan memperhatikan label halal pada kemasan kosmetik.

Secara garis besar dari data yang diperoleh peneliti terkait persepsi masyarakat Desa Sidogiri tentang label halal pada kosmetik, dapat disimpulkan sebagaimana di atas. Masyarakat Desa Sidogiri sebagai konsumen kosmetik telah mengemukakan pendapatnya, namun dalam aplikasinya sebagai pertimbangan memilih produk kosmetik untuk melakukan pembelian hingga penggunaan terdapat beberapa tipe konsumen, sebagaimana berikut :

1. Sangat memperhatikan adanya Label Halal yang terdapat pada kosmetik (10 masyarakat Desa Sidogiri).
2. Cukup memperhatikan adanya label halal yang terdapat pada kosmetik (26 masyarakat Desa Sidogiri)
3. Tidak begitu memperhatikan adanya label halal yang terdapat pada kosmetik (4 masyarakat Desa Sidogiri).

Implikasi Presepsi Masyarakat Desa Sidogiri tentang Label Halal Terhadap Pemilihan Produk Kosmetik Wardah

Persepsi berhubungan dengan cara pandang individu terhadap suatu objek. Masyarakat Desa Sidogiri memiliki persepsi tentang label halal pada kosmetik, yaitu tanda bahwa kosmetik tersebut tidak mengandung unsur haram dan aman digunakan bagi konsumen. Label halal pada kosmetik sebagai objek yang dapat menimbulkan suatu respon atau rangsangan terhadap masyarakat Desa Sidogiri dalam menentukan sebuah keputusan pembelian. Adapun faktor-faktor yang dapat meningkatkan keterlibatan konsumen terhadap pembelian yaitu :

1. Pemilihan Produk Kosmetik adalah bentuk Ekspresi Diri (*Self Expressive*)

Keterlibatan masyarakat Desa Sidogiri untuk memilih produk kosmetik sebagai objek untuk mengekspresikan diri, menonjolkan sesuatu yang dimiliki dengan cara berdandan, merupakan suatu hal yang wajar dilakukan oleh perempuan. Faktor pendorong masyarakat Desa Sidogiri menggunakan kosmetik beragam sebagai berikut :

Tabel. 8 Faktor Pendorong Masyarakat Desa Sidogiri Menggunakan Kosmetik

No.	Faktor Pendorong	Jumlah Informan
1.	Dorongan yang ada pada diri sendiri	14
2.	Tertarik ketika melihat teman/keluarga lebih dulu menggunakan.	26

Dorongan yang timbul oleh masing-masing individu untuk melakukan sesuatu berbeda-beda tergantung dari karakter komunikasi individu itu sendiri. Berdasarkan data di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa dorongan oleh masyarakat Desa Sidogiri dapat dibagi menjadi dua golongan :

- a. Faktor internal, bahwa masyarakat Desa Sidogiri sebagai informan menyadari sudah memasuki usia dewasa. Usia sebagai pendorong diri masyarakat Desa Sidogiri yang berpikir untuk mulai berdandan dan mengubah penampilan dari yang sebelumnya. Mulai menggunakan kosmetik sebagai media untuk mempercantik, menjaga serta merawat tubuh dan wajah masyarakat Desa Sidogiri. Hal ini disebabkan karena awal menggunakan kosmetik karena coba-

coba namun hasilnya cukup memuaskan bisa membuat penampilan menjadi menarik

- b. Faktor Eksternal, bahwa masyarakat Desa Sidogiri mendapat dorongan dari teman/keluarga, orang- orang terdekat yang menjadi pemicu/motivasi bagi seseorang untuk melakukan perubahan dalam hidup. Seperti halnya sejumlah 26 masyarakat Desa Sidogiri yang mengemukakan pendapatnya bahwa dorongan timbul karena melihat keluarga, bisa dari ibu atau kakak sebagai orang terdekat, dan teman-teman yang sering berkomunikasi untuk sharing terkait banyak hal, salah satunya tentang produk kosmetik.
2. Pemilihan Produk Kosmetik Dilatarbelakangi Aspek Hedonisme (Hedonic Importancce)

Masyarakat Desa Sidogiri sebagai konsumen muslim tentu berbeda dengan konsumen biasa pada umumnya. Fungsi objektif konsumen muslim untuk memilih sesuatu produk yang akan dimakan/digunakan sebagai suatu kepuasan untuk mencapai ridha Allah bukan hanya sebagai suatu bentuk pemuas diri. Gaya hidup masyarakat Desa Sidogiri dalam memilih produk kosmetik yang memiliki label halal masih tergolong rendah, nampaknya label halal pada kosmetik tidak menjadi suatu pilihan utama untuk menjadi keputusan pembelian masyarakat Desa Sidogiri. Pemilihan produk kosmetik yang tepat akan memberikan rasa nyaman dan aman bagi konsumen. Begitupun dalam memilih produk kosmetik ada berbagai banyak macam dan jenisnya. Bahkan terdapat jenis kosmetik yang disebut *waterproof* atau anti air. Sebagai seorang muslim masyarakat Desa Sidogiri tentu melakukan shalat fardhu, yang mana sebelum sholat diwajibkan untuk menghilangkan najis, dengan cara wudhu. Apabila seseorang menggunakan kosmetik, kosmetik yang digunakan juga harus terbebas dari najis dan dapat menembus air, dalam artian apabila *make up* yang digunakan tidak menembus air maka terdapat bagian yang tidak terkena air sehingga dapat menghambat syarat sahnya bersuci.

3. Pertimbangan manfaat praktis dalam pemilihan produk kosmetik (*Practical Relevance*)

Tabel. 9 Pertimbangan Informan Sebelum Membeli Kosmetik

No.	Pertimbangan Informan Sebelum Membeli Kosmetik	Jumlah Informan
1.	Memperhatikan adanya label halal pada kosmetik	6

2.	Memperhatikan bahan/kandungan pada kosmetik	9
3.	Memperhatikan harga	5
4.	Memperhatikan adanya ijin BPOM	3
5.	Memperhatikan jenis kulit dengan warna kulit	13
6.	Memperhatikan fungsi/kegunaan	4

Berdasarkan data tabel di atas, sebanyak 13 masyarakat Desa Sidogiri berpendapat, bahwa pertimbangan yang dilakukan sebelum membeli produk kosmetik yaitu mencari produk sesuai dengan jenis kulit dan warna kulit. Konsumen terlebih dahulu mencari informasi yang bisa dijadikan rujukan untuk bahan pertimbangan. Mencari informasi melalui jejaring sosial (google, youtube, instagram, dsb). Kemudian dilanjutkan dengan pendapat masyarakat Desa Sidogiri sebanyak 9 orang, menerangkan bahwa pertimbangan memperhatikan bahan/kandungan pada kosmetik. Kandungan bahan yang terdapat pada kosmetik beragam. Kosmetik dapat digolongkan menjadi 2 kategori : kosmetik tradisional dan kosmetik modern. Kosmetik tradisional merupakan kosmetik alamiah atau kosmetik asli yang dapat dibuat sendiri langsung. Kosmetik modern adalah kosmetik yang diproduksi secara pabrik (laboratorium), dimana telah dicampur dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetik tersebut agar tahan lama, sehingga tidak cepat rusak (52).

4. Pertimbangan resiko Pembelian Produk Kosmetik (*Purchase Risk*)

Tabel. 10 Pengalam Konsumen

No.	Pengalam Konsumen	Jumlah Informan
1.	Konsumen yang cocok	10
2.	Konsumen yang tidak cocok	30

Berdasarkan tabel diatas 10 masyarakat Desa Sidogiri yang mengalami kecocokan meski berganti-ganti kosmetik. Selama menggunakan kosmetik konsumen ini tidak merasakan efek yang timbul ketika kosmetik yang digunakan Masyarakat Desa Sidogiri berbeda dari sebelumnya. Masyarakat Desa Sidogiri yang mengalami kecocokan kosmetik memiliki tekstur kulit yang lebih kuat menahan berbagai jenis bahan yang berbeda. Namun 30 Masyarakat Desa Sidogiri yang telah menggunakan produk kosmetik, berdasarkan

pengalaman penggunaan kosmetik. Masyarakat Desa Sidogiri sebagai konsumen kosmetik, beberapa mengalami masalah/terkena dampak selama menggunakan kosmetik. Efek yang ditimbulkan akibat ketidakcocokan itu pun beragam. Ketidakcocokan ini dikarenakan jenis kulit yang dimiliki setiap orang berbeda, sehingga berbeda juga cara penyesuaianya sehingga mengakibatkan seperti timbul jerawat, kulit agak mengupas, bintik-bintik kemerahan, terasa panas, timbul rasa gatal, dan kulit menjadi kasar.

Kesimpulan

Prespsi masyarakat Desa Sidogiri terhadap label halal pada kosmetik wardah beragam yaitu; produk bebas unsur haram, telah memiliki izin BPOM, dan bersertifikat MUI. Meskipun hal tersebut sesuai dengan ketentuan UU No. 33 Tahun 2014, hal ini tidak mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik. Pembelian produk lebih dipengaruhi oleh kebutuhan untuk mengekspresikan diri, peningkatan rasa percaya diri (hedonisme), manfaat praktis dalam penampilan, serta pertimbangan terhadap risiko penggunaan kosmetik. Saran perlu pengawasan dari pemerintah dan badan terkait lainnya agar konsumen lebih bijak dalam membeli produk kosmetik.

Daftar Pustaka

Zainudin, „Metode Penelitian Hukum (Cetakan Keempat)“, Jakarta. Sinar Grafika, 2013

Anggraeni, Zella, „Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah“ (UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2017)

Asep, Suheri, „Pengaruh Makanan Halal Dan Thayyib Terhadap Manusia Dalam Kajian Kitab Al-Asas Fi Al-Tafsir“ (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2021)

Astuti, Jessi Kemala, „Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik: Studi Pada Mahasiswa Prodi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Jakarta“, 2011

Bakhri, Boy Syamsul, „Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Dan Tinjauan Dari Perspektif Ekonomi Syariah“, *Jurnal Ekonomi KIAT*, 26.2 (2015), 63–74

Bambang, Rafita Helsy Zella, „PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN

Raden Intan Lampung)“ (UIN Raden Intan Lampung, 2017)
Burhanuddin, Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen, and Sertifikasi Halal, „UIN“ (MALIKI PRESS. Malang, 2011)

Bustamar, Bustamar, „Sengketa Konsumen Dan Teknis Penyelesaiannya Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk)“, *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14.1 (2016), 35–46

Charity, May Lim, „Jaminan Produk Halal Di Indonesia (Halal Products Guarantee in Indonesia)“, *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14.01 (2017), 99–108

Endah, Nur Hadiati, „Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia“, *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22.1 (2014), 1125

Evi Listiani, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Faizah, Wawancara (Pasuruan, 2023)

Hakim, Arif Rahman, Muhamad Daviya, and Nur Fauzi, „Industri Kosmetik Dan Manfaat Bagi Konsumen Kosmetik Di Indonesia“, *Majoring In Chemistry Faculty Of Math And Science Padang State University*, 1.1 (2019), 1–23

Halimatus Sa“diyah, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Harmoko, Irfan, „OPTIMALISASI INDUSTRI HALAL DI INDONESIA MELALUI PENDEKATAN STRATEGIS DISTINCTIVE COMPETENCE“, *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 1.2 (2022), 105–21

Hartati, Ralang, „Peran Negara Dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal“, *ADIL: Jurnal Hukum*, 10.1 (2019)

Hasanah, Hasyim, „Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)“, *At-Taqqaddum*, 8.1 (2017), 21–46

Ilyas, Musyfikah, „Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat“, *Jurnal Al-Qadau: Peradilan Dan Hukum Keluarga Islam*, 4.2 (2017), 357 76

Iswatun Khasanah, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Kementerian Agama RI, *Al Qur'an Dan Terjemah: QS. Al-Baqarah Ayat 168* (Indonesia, 2010)

Lailatul Badria, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Lexy, J Moleong, „Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi“, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007

Makrufah, Izmi Aziz, „Pengaruh Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Konsumen Di Outlet Toserba Laris Kartasura“, Skripsi Surakarta: IAIN Surakarta, 2017

Masyhar dkk, *Ensiklopedia Hadits* (Almahira, 2013) Muflih, Muhammad, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam (RajaGrafindo Persada, 2006)

Muru“atul Mahmudah, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Nailul Atiqoh, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Pangaribuan, Lina, „Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan“, *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, 15.2 (2017), 18–20

Peraturan Menteri Kesehatan, Nomor
1176/MENKES/PER/VIII/2010, 2010

Pravitasari, Dwi Nurwulan, „Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya, Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan“, Jurnal. Umm. Ac. Id,(Malang: UMM, 2010) Vol, 6

Purwati, Ani, „Metode Penelitian Hukum Teori & Praktek“ (Jakad Media Publishing, 2020)

Qoriatus Sholihah, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Rasma, Yuli, „Analisis Komparatif Labelisasi Halal Pada Kosmetik Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Kecamatan Syiah Kuala Dan Kecamatan Kuta Alam“ (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)

Roisatus Salwah, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Rukajat, Ajat, Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach) (Deepublish, 2018)

Rukin, S Pd, Metodologi Penelitian Kualitatif (Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019)

Safiratuz Zainab, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Saidah Bismatil Badi'i, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Sandi, Aris Setyawan Prima, and Dedy Rahmawanto, „Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi“, Manajemen Bisnis, 1.2 (2013)

Sayyid Qutub, Tafsir Fi Zhilalil-Qur'an, Surah Al-Baqarah Ayat 167

Sofiyati, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)

Sugiyono, „Kualitatif, Dan R&D“, Cet. 8, CV Alfabeta Bandung, 2009

- Suryana, Yayan, „POSISI AGAMA DI ERA GLOBAL“, 2022
- Susanti, Dyah Ochtorina, M Sh, and S H A“an Efendi, Penelitian Hukum: Legal Research (Sinar Grafika, 2022)
- Sutopo, H B, „Penelitian Kualitatif: Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian“, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006
- Tjiptono, Fandy, „Strategi Pemasaran Edisi 3“, Yogyakarta: Andi, 2008
- Tualeka, M Wahid Nur, „Gerakan Neomodernisme Islam Di Indonesia“, AlHikmah: Jurnal Studi Agama-Agama, 1.1 (2017)
- Umi Kulsum, „Bahaya Kosmetik Bermerkuri Bagi Kesehatan“, Artikel Pascasarjana, Universitas Negeri Malang“, 2015
- Undang-Undang No. 8, Tentang Perlindungan Konsumen, 1999
- Undang-undang No 33, Tentang Jaminan Produk Halal, 2014
- Wasilatul Hamidah, Wawancara (Sidogiri Pasuruan, 2023)
- Zulfa, Indiana, „Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah Cosmetic: Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2014“ (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2017)