BAB IV

PAPARAN HASIL PENELITIAN

A. Profil Subyek Penelitian

Selama jangka waktu 2 bulan peneliti melakukan pengumpulan data terhadap subyek yang menjadi informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh melalui data primeryaitu dengan wawancara langsung dengan subyek penelitian. Adapun subyek penelitian yang menjadi informan terdiri dari 40 mahasiswi IAIN Tulungagung yang terdiri dari 4 fakultas yang berbeda. Sehingga di setiap fakultas yang ada peneliti mewawancarai 10 orang mahasiswi.

Dari ke 40 mahasiswi yang menjadi informan ini, dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Dimana setiap mahasiswi ini adalah konsumen produk kosmetik yang telah menggunakan kosmetik minimal dalam waktu 1 tahun. Serta melakukan pembelian produk kosmetik itu sendiri dengan pertimbangan mereka masing-masing. Dengan karakter setiap orang yang berbeda-beda maka pertimbangan yang mungkin dilakukan juga bisa berbeda.

Berikut adalah data subyek penelitian yang terdiri mahasiswi IAIN Tulungagung dari 4 fakultas :

Tabel 4.1 Data Informan dari 4 Fakultas

No.	Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH)	Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)	Fakultas Ushuluhuddin Adab dan Dakwah (FUAD)
1	Ayu Dewi N.	Lidya Isti'anah	Siti Hafsoh	Erina Rizka
2	Elfrida Kurnia	Afidatul M.	Zunny Wulan	Silmi Adilla
3	Erika Nur	Devy Lutvia	Ella Novita	Natasya Pazha
4	Resty A.	Puspa Gandes	Cindhy Amelia	Angelia Z.
5	Nesla Gadis F.	Fadhila Alvira	Sekar Ayu	Fadhilah Inas
6	Silvya Ade P.N.	Jessy Lestari	Shella Andhika	Listiya Erlin
7	Riris K.	Naila R.	Siti Khurotul	Noviana Eliya
8	Ariska Arum	Anis Muyasaroh	Sonia Yola	Otista Nima
9	Alifah Wahyuni	Oktavia N.	Fenny Ekaputri	Sheanly Okta
10	Adenanta	Rina Toharotun	Risma Fitriani	Dalila Karaman

Sumber : wawancara dengan mahasiswi di lingkup IAIN Tulungagung

Selanjutnya terhadap data mahasiswi yang sudah ada pada tabel di atas, dikategorikan dalam pemenuhan unsur sebagai subyek penelitian. Adapun kategorinya sebagai berikut :

1. Konsumen Produk Kosmetik

Dalam wawancara yang peneliti lakukan terhadap mahasiswi, peneliti menemukan bahwa mahasiswi seluruhnya adalah konsumen produk kosmetik. Para informan telah memberikan keterangan terhadap pengalamannya menggunakan produk kosmetik.

Tabel 4.2 Tanggapan Mahasiswi pada Kosmetik

No.	Jenis tanggapan	Jumlah informan
1.	Menjadi Kebutuhan	38 mahasiswi
2.	Menjadi Keperluan	3 mahasiswi

Sumber : data primer diolah oleh peneliti

a. Menggunakan karena kebutuhan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan rata-rata para mahasiswi berpendapat bahwa mereka menggunakan kosmetik sebagai kebutuhan untuk dirinya. Kebutuhan ini diartikan bahwa para mahasiswi tidak bisa lepas dengan kosmetik untuk setiap keperluannya. Seperti telah melekat pada diri perempuan itu sendiri, sehingga menjadikan kosmetik merupakan kebutuhan menurut mereka. Mahasiswi berpendapat bahwa menggunakan kosmetik itu sangat penting bagi perempuan, meski dalam artian kosmetik yang digunakan juga sederhana, tetapi tetap saja membutuhkan untuk setiap harinya. Kosmetik menjadi hal penting setelah kebutuhan primer seseorang terpenuhi.Seperti yang dikemukakan oleh mahasiswi berikut ini:

Kosmetik telah menjadi kebutuhan bagi saya, karena saya sering tampil di luar sehingga sangat penting untuk menjaga penampilan, supaya tetap rapi dan segar ketika menjalani aktivitas sehai-hari. Hal ini dikarenakan juga pandangan dari orang lain yang memandang orang dari luarnya/penampilan, sehingga tetap menjaga penampilan sebagai bentuk menghargai diri sendiri itu sangat penting.[70]

Pendapat lain juga dikemukakan oleh seorang mahasiswi sebagai berikut :

> Menggunakan kosmetik sudah menjadi budaya yang menjadikan kebutuhan untuk perempuan terutama, karena telah menjadi budaya ini apabila tidak mengikuti maka orang akan tenggelam dalam dunianya sendiri. Sehingga dalam hubungannya dengan orang lain akan kurang disegani atau bias jadi orang merasa risih melihat segi penampilannya yang tidak menarik. Dalam hubungannya dengan manusia lain, maka juga harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan cara menghargai diri sendiri dan berpenampilan menarik.[71]

b. Menggunakan karena keperluan

Dalam hal kosmetik sebagai keperluan, berdasarkan data yang peneliti temukan di lapangan, hanya ada 3 dari 40 mahasiswi yang berpendapat demikian. Mahasiswi ini berpendapat bahwa kosmetik tidak harus ada setiap hari, seseorang bisa saja tanpa berdandan. Mahasiswi ini tidak mengalami ketergantungan yang terus-menerus atau bisa saja tidak menggunakan. Mahasiswi ini hanya memakai

---

[70] Wawancara dengan Silvya Ade P.N.H. mahasiswi Hukum Ekonomi Syariah pada 18 Oktober 2019 pukul 11.30 WIB

[71] Wawancara dengan Erina Rizka Hartanti, mahasiswi Ilmu Alquran dan Tafsir pada 20 Oktober 2019 pukul 13.30 WIB

ketika memerlukan saja. Seperti dikutip dari pendapat mahasiswi berikut:

> Saya menganggap kosmetik itu menjadi keperluan dikarenakan tidak melulu setiap hari orang harus menggunakan kosmetik. Penggunaan kosmetik pada saat akan pergi misalnya, sehingga saya tidak bergantung pada penggunaan kosmetik yang terus menerus.[72]

Pendapat lain juga dikemukakan oleh seorang mahasiswi sebagaimana berikut:

> Saya menganggap bahwa kosmetik itu menjadi keperluan saya karena tidak membuat saya kecanduan.[73]

Dari pendapat yang dikemukakan oleh para mahasiswi memang beragam, sehingga peneliti menemukan bahwa kosmetik termasuk dalam kategori kebutuhan maupun keperluan oleh para mahasiswi. Adapun dari data yang diperoleh peneiliti, lebih banyak yang menyatakan bahwa kosmetik telah menjadi kebutuhan bagi para mahasiswi, disimpulkan oleh peneliti para mahasiswi berpendapat dengan mengenakan kosmetik atau berdandan para mahasiswi merasa bahwa dirinya cantik sehingga membuat para mahasiswi menjadi lebih percaya diri. Mayoritas mahasiswi menyadari bahwa naluri dari seorang perempuan memiliki dorongan untuk menjaga penampilannya dengan cara bersolek.

---

[72] Wawancara dengan Fadhillah Inas, mahasiswi jurusan Tasawuf Psikoterapi pada 20 Oktober 2019 pukul 15.00 WIB

[73] Wawancara dengan Naila Rochmatal, mahasiswi jurusan Tadris Fisika pada 21 November 2019 pukul 09.00 WIB

Kosmetik telah menjadi kebutuhan para mahasiswi dalam kehidupan sehari-harinya, hal ini seperti telah melekat pada diri perempuan. Peneliti menemukan adanya beberapa tipe konsumen dalam penggunaan produk kosmetik, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3 Tipe Konsumen dalam Menggunakan Kosmetik

No.	Tipe Konsumen	Jumlah Informan
1.	Konsumen Fanatik	11 mahasiswi
2.	Konsumen Biasa	29 mahasiswi

Sumber : data primer diolah oleh peneliti

a. Konsumen fanatik. Konsumen yang seperti ini, biasanya suka berganti-ganti produk atau mencoba-coba jenis maupun merk dari kosmetik yang lain. Dalam penggunannya mereka banyak memakai/mengkoleksi berbagai jenis kosmetik untuk diaplikasikan pada dirinya sendiri maupun pada orang lain. Dalam kurun waktu 1 tahun mereka bisa membeli berbagai jenis kosmetik yang baru muncul di pasaran maupun produk baru yang sebelumnya belum pernah dipakai, meski kosmetik yang sebelumnya belum habis digunakan. Rasa penasaran untuk mencoba suatu produk mendorong para mahasiswi untuk membeli kemudian mencoba dipakai, konsumen ini lebih suka hal baru dan berani mengambil resiko atas apa yang akan terjadi di kemudian hari.

b. Konsumen biasa. Konsumen yang seperti ini, biasanya memilih-milih kosmetik terlebih dahulu yang cocok dengannya, sesuai dengan jenis kulit maupun warna kulit sehingga ketika konsumen sudah menemukan produk kosmetik yang nyaman menurutnya untuk dipakai, maka konsumen tersebut akan berhenti untuk mencoba-coba produk lain. Selain itu pengalaman dari para mahasiswi terhadap penggunaan kosmetik yang memiliki dampak karena ketidakcocokan kosmetik, juga menjadi faktor para mahasiswi lebih memilih produk yang dirasa paling cocok dan tidak menimbulkan efek samping bagi para mahasiswi selama pemakaian kosmetik.

2. Pemakaian Kosmetik Minimal 1 Tahun

Menggunakan kosmetik dalam kurun waktu minimal 1 tahun, sudah bisa merasakan manfaat/dampak yang timbul dari kosmetik itu sendiri. Produk kosmetik bisa ditaksir masa pemakaiannya paling lama dalam waktu 4-6 bulan ketika kosmetik tersebut rutin digunakan. Sehingga dalam kurun waktu tersebut seseorang dalam menggunakan produk kosmetik bisa dikatakan sudah berganti produk atau membeli baru karena produk yang lama sudah habis. Namun di sisi lain juga terdapat konsumen yang membeli produk baru tidak menunggu habisnya produk lama, tetapi karena memang memiliki hasrat/keinginanan untuk mencoba hal baru. Adapun informan yang peneliti temukan telah menggunakan produk

kosmetik mulai dari usia yang bermacam-macam, sebagaimana data berikut ini :

Tabel 4.4 Usia Mahasiswi Menggunakan Kosmetik

No.	Usia berdasarkan jenjang pendidikan	Jumlah Informan
1.	SD	1 mahasiswi
2.	SMP	7 mahasiswi
3.	SMA/Sederajat	21 mahasiswi
4.	Perguruan Tinggi/Mahasiswi	11 mahasiswi

Sumber : data primer diolah oleh peneliti

Dari data yang ditemukan di lapangan peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa usia rata-rata para mahasiswi dalam menggunakan produk kosmetik dimulai ketika memasuki usia sekolah menengah atas atau yang sederajat. Pada usia ini para mahasiswi telah mulai mengenal dan mencoba menggunakan berdasarkan adanya dorongan atas dirinya sendiri yang merasa sudah mulai beranjak dewasa, dimana dalam masa sekolah menengah peralihan status ditandai dengan batasan usia yang sudah memiliki KTP, yaitu di usia 17 tahun. Ketika sudah memiliki KTP seseorang merasa sudah harus bertanggung jawab atas dirinya sendiri, termasuk dalam hal untuk menentukan pilihan bagi dirinya sendiri. Untuk bagaimana mengambil sikap dalam kehidupannya mendatang.

3. Tempat Pembelian Produk Kosmetik

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti di lapangan, menemukan bahwa terdapat beberapa tempat yang menjadi pilihan para konsumen kosmetik untuk membeli produk yang mereka gunakan. Adapun beberapa pilihan tempat tersaji dalam data berikut ini :

Tabel 4.5 Tempat Pembelian Kosmetik

No.	Pembelian Kosmetik ke-	Jumlah Informan
1	Sosial Media/Situs Online	2 mahasiswi
2	Toko / Swalayan	26 mahasiswi
3	Toko-Dokter	7 mahasiswi
4	Toko-Situs Online	5 mahasiswi

Sumber : data primer diolah oleh peneliti

Sebagai konsumen memiliki kecenderungan yang berbeda-beda dalam mengambil sikap untuk membeli produk kosmetik. Seperti yang peneliti temukan terhadap para mahasiswi, bahwa terdapat 4 kategori tempat yang dituju ketika ingin membeli produk kosmetik. Hal ini tidak lepas dari pertimbangan yang dilakukan masing-masing mahasiswi untuk menetapkan pilihan sebelum melakukan pembelian. Untuk kriteria tempat yang pertama dituju yaitu :

a. Sosial media/situs online

Semakin maju teknologi di zaman sekarang ini, membuat pergerakan informasi menjadi lebih cepat disalurkan maupun ditangkap oleh masyarakat dimanapun berada. Sehingga mendorong kemajuan diberbagai sektor industri, seperti pada industri perdagangan yang semakin maju. Kini membuat pasar yang diterjang bisa meluas hingga ke ranah internasional, sehingga dengan adanya kemudahan teknologi lalulintas perdagangan yang terjadi bisa menembus pasar luar negeri. Dorongan ini juga membuat para produsen lebih mudah memasarkan produknya dengan menggunakan situs online, sebagai perusahaan *e-commerce* maupun dengan menggunakan jejaring sosial media. Sehingga barang dengan mudah dipasarkan dan dapat dilihat oleh semua orang.

Berbelanja melalui online telah mengubah pola hidup masyarakat karena merasa dimudahkan dengan ini. Tetapi pada fakta yang peneliti temukan di lapangan berbelanja produk kosmetik melalui situs online sebagai tujuan utama tidak begitu diminati oleh kalangan perempuan. Subyek penelitian 2:40 yang memilih berbelanja dengan online. Adapun pendapat dari mahasiswi yang gemar membeli melalui online sebagai berikut:

Saya lebih memperhatikan kosmetik yang mengandung pigmentasi yang bagus, karena pekerjaan saya sebagai tukang rias, sehingga saya lebih memilih produk yang bagus untuk pelanggan saya, dan lebih memperhatikan kualitas kosmetik yang kadang saya beli pun dari China itu tidak masalah selama tidak merusak kulit.[74]

Meski demikian metode seperti ini kurang begitu diminati menyusul adanya beberapa kekhawatiran yang timbul. Seperti khawatir terhadap produk palsu yang beredar, barang yang datang tidak sesuai dengan barang yang dipesan sehingga menimbulkan ketidakpercayaan konsumen terhadap penjual maupun situs yang dituju, kemudian khawatir tidak sesuai dengan warna yang dimaksud karena konsumen melihat berdasarkan gambar yang kemudian tidak sama persis dengan warna pada produk aslinya. Menurut sebagian besar para mahasiswi, kosmetik sebagai pasar yang sedang ramai sakali untuk dijadikan target oknum yang ingin mencari keuntungan besar tanpa peduli dengan dampak yang ditimbulkan.

Seperti telah dialami oleh salah seorang mahasiswi yang pernah membeli produk kosmetik melalui online, ternyata produk tidak asli diketahui dari tidak adanya label pada kemasan, sebagaimana berikut:

---

[74] Wawancara dengan Lidya Isti'anah, mahasiswi jurusan Tadris Matematika pada 19 Oktober 2019 pukul 09.30 WIB

Kebiasaan saya membeli kosmetik melalui media online, namun saya pernah merasa dikecewakan terhadap barang yang saya beli, tidak sesuai dengan apa yang saya pesan. Parahnya saya membeli kosmetik yang memiliki *brand* jelas disitu terdapat labelnya, namun saya mendapati bahwa kosmetik yang saya beli tidak memiliki label, sehingga dari situ timbul rasa curiga terhadap produk dan ketika saya mencoba memakai, terasa di kulit saya mengelupas kecil-kecil kemudian kulit saya menjadi merah, hinga akhirnya kosmetik itu saya buang.[75]

Selain itu pernah diantara para mahasiswi melihat penggerebekan produsen kosmetik ilegal yang kemudian diamankan oleh pihak berwajib. Oleh karena itu para mahasiswi sebagai konsumen kosmetik sangat hati-hati dan tidak melakukan pembelian melalui online supaya terpercaya.

b. Toko/swalayan

Pembelian kosmetik juga dilakukan para mahasiswi di toko/swalayan secara langsung datang ke tempat. Dimana dalam kategori tempat kosmetik yang dituju para mahasiswi, berdasarkan data di atas terbukti lebih banyak diminati sebagai alternatif pembelian untuk terlibat langsung dalam melakukan

[75] Wawancara dengan Angelia Zulfitri, mahasiswi jurusan Psikologi Islam pada 19 November 2019 pukul 16.00 WIB

pembelian. Sebagaimana dikutip dari pendapat mahasiswi berikut ini :

Membeli produk kosmetik seperti lipstick, lipbalm itu saya lihat dari segi harganya, selain itu memilih shade warna karena kalua terlalu merah tidak akan beli, lebih memilih yang warna nude untuk itu langsung membeli ke toko supaya bisa memilih, mencoba tester sekalian, karena jika memberi online takutnya tidak sesuai.[76]

Selain itu pendapat lain juga dikemukakan oleh seorang mahasiswi sebagai berikut :

Pernah mengalami bintik-bintik kemerahan dan timbul jerawat sehingga saya selektif dalam memilih produk. Lebih memilih membeli langsung ke toko saja karena ada rasa takut jika membeli di online bahwa kosmetik yang saya beli khawatirnya palsu.[77]

Dari data yang diperoleh, ditemukan beberapa alasan yang dikemukakan oleh para mahasiswi perihal tujuannya melakukan pembelian langsung ke toko/swalayan, yaitu sebagai berikut :

1) Dapat berkonsultasi langsung dengan sales yang ada di *counter* kosmetik

[76] Wawancara dengan Noviana Eliya Dwi. P. mahasiswi jurusan Bimbingan Konseling Islam pada 18 November 2019 14.30 WIB

[77] Wawancara dengan Fenny Ekaputri Indriati, mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah pada 20 Oktober 2019 pukul 13. 20 WIB

2) Dapat mencoba tester yang disediakan di *counter* kosmetik, sehingga konsumen bisa merasakan langsung kosmetik yang akan dibelinya. Misalnya untuk mencari warna yang cocok denga warna kulit yang dimiliki agar tidak terlihat terlalu mencolok
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 para mahasiswi, akan produk kosmetik palsu atau tidak jelas asalnya sehingga khawatir terhadap bahaya/dampak yang akan ditimbulkan kemudian
6) Adanya rasa nyaman dan percaya jika para mahasiswi dapat melihat produk kosmetik yang akan dibelinya secara langsung

c. Toko-Dokter

Pembelian produk kosmetik melalui toko-dokter, dimaksudkan disini peneliti ,menemukan data di lapangan bahwa selain para mahasiswi sebagai konsumen kosmetik membeli langsung ke toko/swalayan, tetapi juga melakukan perawatan dengan menggunakan produk kosmetik yang berasal

dari dokter kulit/dokter kecantikan. Peneliti menemukan adanya 7 mahasiswi yang melakukan pembelian melalui keduanya. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh seorang mahasiswi yaitu :

Saya sudah sering berganti-ganti produk kosmetik karena beberapa saya memakai tidak cocok dengan kulit saya dan menimbulkan tumbuh jerawat dan kulit saya menghitam. Karena saya merasa kosmetik menjadi kebutuhan saya, dan sudah merasa capek untuk berganti-ganti kosmetik, akhirnya saya putuskan untuk pergi berkonsultasi ke dokter. Selanjutya dokter memberikan perawatan untuk kulit saya sampai sekarang, dan saya merasa menjadi lebih cantik alami, tidak menor dan pas dilihat.[78]

Di satu sisi para mahasiswi membeli produk kosmetik langsung ke toko karena tidak semua jenis kosmetik ada di dokter kecantikan. Jenis kosmetik yang ada di dokter itu biasanya berupa krim untuk perawatan kulit. para mahasiswi memilih pergi ke dokter dengan alasan sebagai berikut:

1) Bahwa subyek penelitian pernah mengalami masalah kulit sehingga memutuskan untuk berkonsultasi ke dokter langsung supaya bisa dilakukan perawatan.

[78] Wawancara dengan Anis Muyassaroh, mahasiswi jurusan Tadris Kimia pada 22 Oktober 2019 pukul 10.00 WIB

2) Bahwa subyek penelitian lebih percaya dan merasa aman terhadap rekomendasi dokter untuk penaganan kulitnya

Kendati demikian alasan yang dikemukakan oleh subyek penelitian yang setuju untuk memilih membeli ke toko langsung maupun berkonsultasi langsung ke dokter. Ada pula subyek penelitian yang tidak setuju pergi ke dokter untuk berkonsultasi, meski di beebrapa subyek penelitian merasa lebih aman dan dapat mendapatkan perawatan dengan tepat. Alasan yang mereka kemukakan adalah sebagai berikut :

1) Adanya rasa takut akan kecanduan dengan produk yang diberikan dokter, sehingga apabila subyek penelitian yang sudah terbiasa ke dokter dan berhenti menggunakan produk dari dokter, maka efek yang akan dirasa juga beresiko, meski perawatan dari dokter juga memberikan hasil yang signifikan
2) Tidak adanya biaya yang cukup untuk menopang kebutuhan kosmetik, karena perawatan dari dokter memerlukan biaya yang cukup mahal, sehingga di kalangan mahasiswi yang rata-rata belum memiliki penghasilan merasa tidak mampu
3) Adanya rasa takut akan dampak yang timbul di hari tua, karena menurut informan perawatan ke dokter sesungguhnya mengandung banyak bahan kimia, dan

berdasarkan pengalaman yang dilihat oleh beberapa informan terhadap orang lain, maka menimbulkan kekhawatiran tersendiri

4) Lebih memilih melalui proses yang alami, beberapa subyek penelitian berpendapat bahwa lebih suka proses secara alami dan tidak merusak kulit dibandingkan proses yang cepat dan tampak signifikan untuk sesaat. Menurutnya cantik secara alami dengan menggunakan kosmetik yang seadanya tidak macam-macam bisa membuat kulit tidak mengikis/tipis dan sehat.

Dikutip dari beberapa alasan yang telah dikemukakan para mahasiswi terhadap kekhawatirannya menggunakan produk kosmetik yang berasal dari dokter. Sebagaimana contohnya, pendapat ini diperkuat oleh pendapat seorang mahasiswi berikut ini :

> Dalam hal mencoba-coba saya tidak terlalu berani apalgi mencoba sesuatu yang aneh-aneh. Saya takut mencoba memakai krim dari dokter, karena hamper semua orang bilang pada saya bahwa memakai kosmetik dari dokter bakal bisa kecanduan dan berbahaya nantinya.[79]

Selain itu ada pedapat lain juga dikemukakann oleh seorang mahasiswi berdasarkan pengalaman yang pernah dialaminya langsung, sebagaimana berikut ini :

[79] Wawancara dengan Oktavia Nisa'ulhusna, mahasiswi jurusan Tadris Biologi pada 29 Oktober 2019 pukul 10.00 WIB

> Saya pernah mengalami jerawat parah hingga saya berkosultsi ke dokter namun lama-kelamaan saya memakai krim dokter merasa tidak nyaman dan tambah parah di wajah. Hingga saya memutuskan menyudahi krim dokter dan beralih ke produk kosmetik yang memiliki PH rendah disbanding produk lain dan merasa lebih nyaman.[80]

d. Toko-situs online

Melakukan pembelian melalui toko-situs online, dimaksudkan disini para mahasiswi sebagai konsumen kosmetik melakukan pembelian ke toko juga melakukan pembelian kosmetik melalui situs online. Beberapa para mahasiswi melakukan hal demikian, menurutnya selain membeli ke toko sekarang kita dimudahkan dengan adanya kemajuan teknologi. Dimana sekarang dunia bisa kita lihat hanya dalam genggaman tanpa harus datang langsung ke tempat. Informasi bisa diakses dengan cepat hanya dalam beberapa menit bahkan detik kemudian. Kemajuan teknologi dimanfaatkan oleh beberapa subyek penelitian dalam melakukam pembelian kosmetik. Seperti dikutip dari pandapat seorang mahasiswi berikut ini :

Sekarang ini semakin banyak produk yang dijajakan melalui social media, termasuk saya pun juga sebagai *seller*

[80] Wawancara dengan Silmy Adilla, jurusan Psikologi Islam pada 30 Oktober 2019 pukul 14.20 WIB

produk kosmetik. Menurut saya harganya sama dan tidak perlu repot datang ke toko langsung sehingga cukup memudahkan.[81]

Pembelian dengan model semacam ini dilakukan oleh 5 mahasiswi yang ditemukan peneliti di lapangan. Para mahasiswi yang melakukan hal ini memiliki beberapa alasan, dikala sebagian para mahasiswi berdasarkan data diatas tidak berani mengambil resiko, subyek penelitian ini berpendapat bahwa :

1) Membeli kosmetik melalui situs online lebih memudahkan tanpa harus datang ke toko padahal dengan harga yang sama
2) Tertarik terhadap produk dari luar negeri, sehingga membeli melalui *official store*-nya yang resmi agar tidak tertipu produk palsu
3) Tergiur dengan adanya diskon yang di tawarkan situs *e-commerce*, dimana saat ini sedang maraknya perusahaan *e-commerce* yang sedang bersaing satu sama lain untuk menjadi penyedia barang maupun jasa

Diluar kekhawatiran yang timbul oleh beberapa subyek penelitian yang tidak memilih membeli melalui online, beberapa para mahasiswi meyakini bahwa mereka sebelumnya telah melakukan pertimbangan untuk melakukan

[81] Wawancara dengan Risma Fitriani, mahasiswi jurusan Akuntasi Syariah pada 28 November 2019 pukul 11.00 WIB

pembelian secara online. Sebagai konsumen mereka berpendapat harus pintar-pintar untuk memilih produk yang akan mereka beli, serta berhati-hati memilih produsen yang terpercaya atau ke *official store*-nya yang lebih aman. Sebagaimana pendapat seorang mahasiswi berikut ini:

> Saya memperhatikan terlebih dahulu kosmetik yang akan saya beli, mempertimbangkan kehalalan suatu produk. Biasanya saya membeli produk kosmetik di situs online *watsons* kadang juga di toko langsung. Untuk membeli di online saya tidak takut, karena saya beli kosmetiknya langsung ke *official store*-nya.[82]

Meski melakukan pembelian melalui situs online, para mahasiswi juga tidak serta merta terpaku kesana. Pembelian ke toko/swalayan secara langsung juga tetap mereka lakukan karena jika ada barang yang mereka cari di toko tidak ada maka mereka beralih kesitus online, maupun ketika malas pergi ke toko, sebenarnya banyak faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di manapun yang mereka suka.

[82] Wawancara dengan Sheanly Oktavia, mahasiswi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam pada 8 November 2019 pukul 10.20 WIB

B. Persepsi Mahasiswi IAIN Tulungagung tentang Label Halal Pada Kosmetik

Setelah melakukan penelitian di lapangan terhadap Mahasiswi IAIN Tulungagung dengan mengambil 40 mahasiswi dari fakultas berbeda yang ada di kampus IAIN Tulungagung, maka dapat disajikan data mengenai persepsi dari mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik. Adapun beberapa data yang peneliti temukan yaitu terkait :

1. Pengertian Label Halal

   Pendapat dari beberapa para mahasiswi berbeda-beda dalam mendefinisikan label halal. Dari penelitian yang peneliti lakukan terkadang mengalami kesulitan dalam menanyakan pendapat para mahasiswi tentang label halal, sehingga perlu adanya hal yang dapat memancing para mahasiswi dalam memahami label. Padahal sebenarnya para mahasiswi telah mengetahui hanya saja itu sudah menjadi kebiasaan yang tidak terlalu signifikan untuk diperhatikan, maka kebiasaan tersebut dibiarkan mengalir begitu saja tidak terlalu diperhatikan tentang adanya label halal tersebut. Namun di beberapa mahasiswi juga ada yang memperhatikan adanya label halal tersebut sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Seperti yang disampaikan oleh mahasiswi berikut ini :

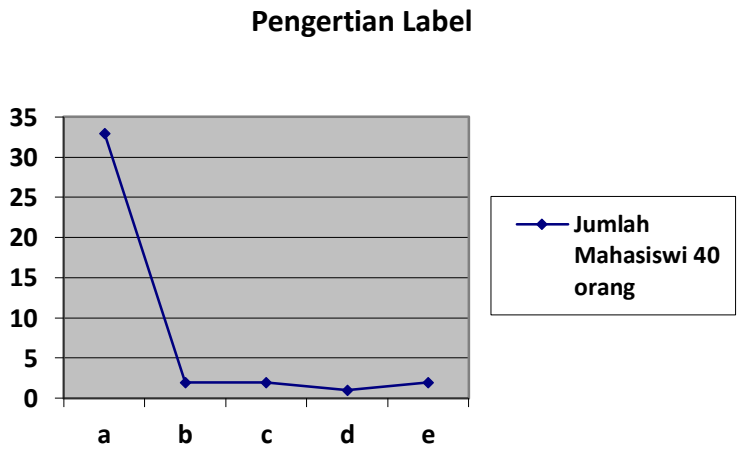
   Dalam membeli produk kosmetik saya memperhatikan kehalalannya dan pastinya yang berkualitas bagus, cocok dengan kulitnya

dan harga terjangkau. Supaya lebih aman dan tidak kaawatir terjadi hal-hal buruk.[83]

Sebelum mengarah ke pengertian label halal yang dikemukakan oleh para mahasiswi, peneliti terlebih dahulu mencari data terkait pemahaman label secara umum, sehingga untuk menuju ke sesuatu hal yang lebih spesifik terkait label halal para mahasiswa diharapkan dapat memahami dengan baik apa yang mereka ketahui.

Adapun beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para mahasiswi, dapat diambil kesimpulan antara lain yaitu :

Grafik 4.6 Hasil Data Tentang Pengertian Label



Sumber : data primer diolah oleh peneliti

a. Tanda atau identitas dari suatu produk mengenai suatu informasi berupa keterangan atau petunjuk
b. Sebagai brand atau citra merek dari suatu produk
c. Berguna untuk menarik konsumen

[83] Wawancara dengan Nesla Gadis Fortuna, mahasiswi jurusan Hukum Ekonomi Syariah pada 26 Oktober 2019 pukul 08.45 WIB

d. Sebagai acuan untuk mengetahui berbagai jenis kosmetik
e. Sebagai ciri khas yang dimiliki suatu produk dan membedakan dari produk lainnya.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para mahasiswi seperti diatas, peneliti menemukan bahwa mayoritas para mahasiswi 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. Dimana 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.

Selain itu terdapat para mahasiswi yang berpendapat bahwa label itu harus ada, karena dengan adanya label konsumen bisa dengan jelas mengetahui informasi tentang produk. Sebagaimana dikutip dari pendapat seorang mahasiswi yaitu :

> Label itu harus ada, Karena di beberapa wilayah di Indonesia banyak sekali produk haram yang dijual. Misal saja menjual keripik usus babi, jika tidak ada labelnya maka orang yang membeli akan mengira bahwa itu usus sapi dan boleh untuk dimakan.[84]

Maka dari itu keberadaan label itu sangat penting sehingga seseorang bisa mengetahui informasi produk dengan melihat adanya label yang tertera pada kemasan. Untuk memperoleh rasa aman dan

[84] Wawancara dengan Riris Krisnawati, mahasiswi jurusan Hukum Keluarga Islam pada 11 November 2019 pukul 12.30 WIB

bebas dari sesuatu yang meragukan, sehingga sebagai konsumen dapat memberikan *trust* kepada penjual. Konsumen berhak atas rasa aman dan nyaman, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalm Pasal 4 (a) disebutkan bahwa : Hak Konsumen adalah hak atas kenyamanan, kemanan 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.[85]

Menurut Pasal 30 ayat (1), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan disebutkan bahwa : Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Insdonesia makanan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam atau di kemasan pangan. Sedangkan pada ayat (2) disebutkan bahwa : Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1). Memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai :

a. Nama produk;
b. Daftar bahan yang digunakan;
c. Berat bersih atau isi bersih;
d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia;
e. Keterangan tentang halal dan;

[85] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

f. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.[86]

Label yang tertera pada kemasan suatu produk memang berbeda-beda, karena itu termasuk dalam suatu kreatifitas dari produsen itu sendiri untuk menjual produknya di pasaran. Fungsi label yaitu : mengidentifikasi produk atau merek, menentukan kelas produk, menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dan kapan dibuat, apa isinya bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).[87]

Berdasarkan dari teori yang dikemukakan oleh Stanton dan William dikutip dari Yuli Muti'ah dan Syaad Afifudin dalam Jurnal Ekonomi dan Keuangan, bahwa label dapat dibagi menjadi tiga klasifikasi yaitu :

a. *Brand Label*, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
b. *Descriptive Label*, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
c. *Grade Label*, yaitu yang mengidentifikasikan penilaian kualitas produk (*product's judged quality*) dengan satu huruf, angka atau kata. Missal buah-buahan dalam kaleng di beri label kualitas A, B, dan C.

---

[86] Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan
[87] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000), Jilid 2, hal. 478

Terkait label yang dikemukakan oleh para mahasiswi dalam penelitian ini tergolong pada *Brand Label* dan *Descriptive Label*. Sebagaimana pengertian yang dijelaskan bahwa Brand Label tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh pendapat sebagian mahasiswi, yang mana sebagian mahasiswi sejumlah 2 orang mengatakan bahwa label itu sebagai brand atau citra merek dari suatu produk, sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Stanton dan William pada point pertama.

Secara definisi yang dikemukakan para mahasiswi banyak yang berpendapat bahwa label adalah tanda atau identitas dari suatu produk mengenai suatu informasi berupa keterangan atau petunjuk seperti pada maksud *Descriptive Label* menurut Stanton dan William. Pendapat ini didukung oleh 33 mahasiswi dari 40 mahasiswi. Informasi yang disampaikan ini beragam macamnya, para mahasiswi berpendapat bahwa informasi yang disampaikan pada kemasan berupa 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.

Sebagimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan pada Pasal 30 ayat (2), setidaknya informasi yang diberikan memuat point-point sebagaimana diatur dalam perundang-undangan tersebut. Hal ini dapat dipahami dengan oleh para mahasiswi

sebagai informan, meski tidak sama persis setidaknya para mahasiswi dapat memahami apa yang dimaksudkan pada label itu sendiri.

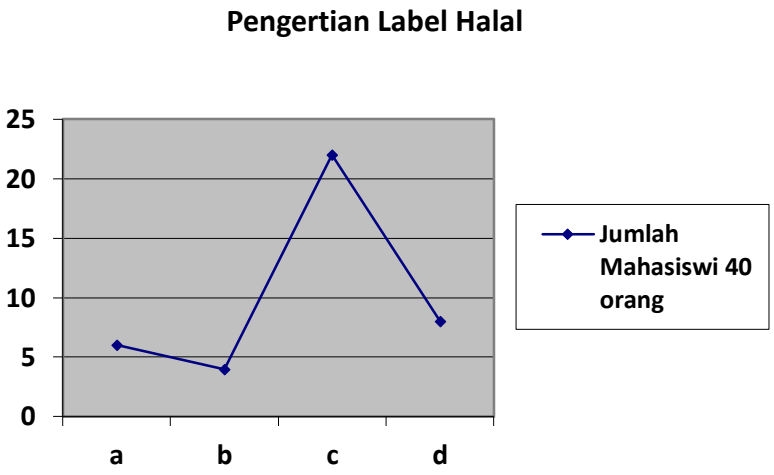
Dari berbagai peraturan hukum yang memuat tentang pentingnya untuk melindungi konsumen. Di lain hal juga terdapat Undang-Undang Jaminan Produk Halal yang baru saja sah diberlakukan. Sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang ada diatas, disebutkan dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal pada Pasal (4) bahwa : Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa Sertifikasi Halal dan Label Halal adalah dua hal yang berbeda namun berkaitan antara keduanya. Sertifikasi Halal yang dimaksud seperti pada Pasal 1 ayat (10). Sedangkan label halal merupakan tanda kehalalan suatu produk, Pasal 1 ayat (11).[88]

Berikutnya peneliti akan memaparkan data yang telah diperoleh selama penelitian yang berkaitan dengan label halal, sebagaimana label halal dapat dipahami oleh para mahasiswa yaitu sebagai berikut :

[88] Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Grafik 4.7 Hasil Data Tentang Pengertian Label Halal



Sumber : data primer diolah oleh peneliti

a. Suatu fatwa tertulis dari MUI tanda bahwa sudah dijamin kehalalannya (6 mahasiswi)
b. Label yang bertuliskan halal dengan huruf arab sebagai tanda produk tersebut telah memiliki ijin MUI (4 mahasiswi)
c. Tanda untuk produk yang sudah aman dan boleh digunakan (22 mahasiswi)
d. Informasi bahwa produk telah melalui uji sertifikasi BPOM MUI (8 mahasiswi)

Label halal yang terdapat pada kemasan suatu produk biasa dijumpai pada produk makanan, telah menjadi hal yang umum untuk ditemukan di berbagai kemasannya. Namun jika dalam penelitian ini peneliti mencari tahu label halal yang terdapat pada produk kosmetik menurut para mahasiswi di lingkup IAIN Tulungagung. Tentu dalam hal ini para mahasiswi adalah seorang muslim, maka pemahaman para

mahasiswi ini sangat diperlukan. Berdasar data yang telah diperoleh peneliti menunjukkan bahwa, 22 mahasiswi memahami label halal yaitu sebagai tanda untuk produk yang sudah aman dan boleh digunakan oleh masyarakat secara luas. Adanya label halal ini begitu penting bagi konsumen dalam memilih suatu produk untuk digunakan. Mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim tentu memperhatikan bahwa apa yang digunakannya adalah sesuatu yang halal sehingga sebagai konsumen merasa aman dan nyaman, sebagaimana amanat dari UUD 1945.

Upaya pemerintah untuk melindungi konsumen dari produk yang merugikan dapat dilaksanakan dengan cara mengatur, mengawasi, serta mengendalikan produksi, distribusi, dan peredaran produk sehingga konsumen tidak dirugikan. Kemudian langkah yang dapat ditempuh oleh pmerintah antara lain : registrasi dan penilaian, pengawasan produk, pengawasan distribusi, pembinaan dan pengembangan usaha, peningkatan dan pengembangan prasarana dan tenaga.[89] Upaya ini didukung dengan munculnya peraturan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang telah diberlakukan saat ini. Sejalan dengan adanya Undang-Undang ini, pemerintah memang serius untuk melakukan upaya perlindungan terhadap konsumen, sebagaimana juga telah diterbitkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

---

[89] Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), hal. 34

Berdasarkan data tentang label halal pada kosmetik di atas dapat dilihat bahwa 55% mahasiswi yang berpendapat label halal pada kosmetik merupakan tanda kosmetik tersebut tidak mengandung unsur haram sehingga aman digunakan bagi konsumen. Para mahasiswi menganggap bahwa kosmetik yang telah mencantumkan label halal tersebut juga sudah melalui uji sertifikasi dari BPOM MUI. 6 mahasiswi berpendapat bahwa label halal pada kosmetik itu sangat penting sehingga harus ada. Sebagaimana pendapat mahasiswi berikut :

> Label Halal pada kosmetik menurut saya harus ada, karena itu penting dan membuat nilai plus untuk pemasaran produk kosmetik itu sendiri.[90]

Indonesia sebagai negara dengan ciri masyarakat yang religius dan memiliki keyakinan agama yang kuat sehingga mempengaruhi norma, nilai, budaya dan perilaku pemeluknya. Konstitusi Negara Republik Indonesia mengakui religiusitas tersebut sebagaimana tertuang dalam Pasal 29 UUD 1945 yang berdasarkan Ketuhanan. Persoalan dan perkembangan zaman yang semakin kompleks, membuat pemerintah perlu untuk mengatur ketertiban dalam segala aspek termasuk perdagangan yang ada di wilayah Indonesia. Agar tercipta kondisi yang baik bagi pasar, konsumen maupun produsen itu sendiri. Disahkannya Undang-Undang Jaminan Produk Halal sebagai payung hukum (*umbrella act)*, dalam Undang-Undang ini mencakup berbagai aspek tidak hanya obat, makanan dan kosmetik akan tetapi lebih luas

[90] Wawancara dengan Rina Thoharotun Nisa' mahasiswi jurusan Pendidikan Agama Islam pada 30 Oktober 2019 pukul 10.30 WIB

dari itu menjangkau produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, dimanfaatkan oleh masyarakat.[91]

Sejalan dengan diberlakukannya peraturan perundang-undangan ini, Label Halal diperoleh melalui Sertifikasi Halal yang saat ini dilakukan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara JPH) yang bekerjasama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait; LPH; dan MUI. Penetapan kehalalan produk dikeluarkan oleh MUI dalam bentuk Keputusan Penetapan Halal Produk yang dilakukan dalam sidang fatwa kemudian hasilnya disampaikan kepada BPJPH untuk dikeluarkan Sertifikasi Halal.[92]

Terbitnya Sertifikasi Halal ini yang menjadi dasar untuk suatu perusahaan atau produsen wajib mencantumkan Label Halal pada produk yang diedarkan di wilayah Indonesia. Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai proses atau persyaratan Sertifikasi Halal LPPOM MUI dalam dokumen HAS 23000 yang membagi dari 2 bagian untuk Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal (23000:1) dan Persyaratan Sertifikasi Halal (23000:2). Semua persyaratan yang ada harus dipenuhi untuk memperoleh Sertifikasi Halal sebagaimana yang dimaksudkan oleh Undang-Undang Jaminan Produk Halal.

2. Pengertian Halal

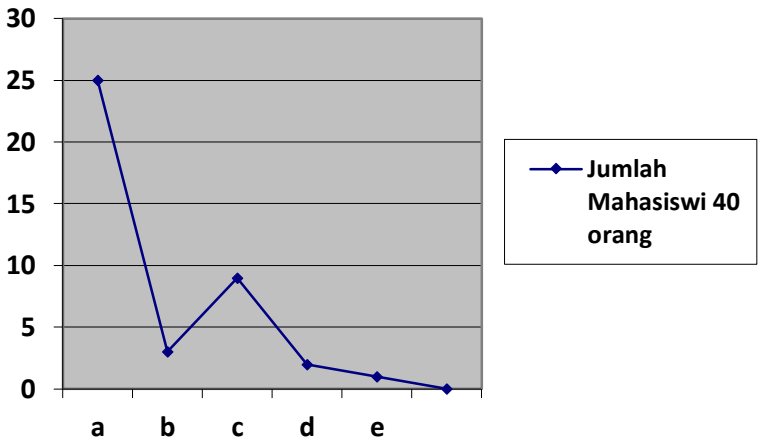
---

[91] May Lim Charity, "Jaminan Produk Halal di Indonesia (Halal Products Guarantee In Indonesia", *LEGISLASI INDONESIA,* Vol. 14 No. 01, Maret 2017, hal. 105-108

[92] Meta Suriyani "Pergeseran Kewenangan MUI dalam Memberikan Jaminan Produk Halal Pasca Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014", *SAMUDRA KEADILAN,* Vol. 14. No. 1 Januari-Juni 2019, hal. 37

Mencari tahu tentang pengertian halal lebih mudah bisa dipahami oleh subyek penelitian dalam penelitian ini. Karena mayoritas bahkan semua yang menjadi subyek penelitian ini adalah seorang muslim. Dalam agama Islam kata halal sudah biasa terdengar di kalangan masyarakat. Sehingga dalam mencari data tentang pengertian halal bisa dipahami oleh subyek penelitian. Adapun beberapa pendapat yang muncul berdasarkan penelitian di lapangan, sebagai berikut :

Grafik 4.8 Data tentang Pengertian Halal



Sumber: data primer diolah oleh peneliti

a. Halal yaitu boleh/diizinkan untuk dimakan serta digunakan sesuai syariat Islam (25 mahasiswi)
b. Halal yaitu sebuah label dari MUI (3 mahasiswi)
c. Halal yaitu sesuatu yang aman, tidak mengandung bahan berbahya dan diperbolehkan menurut Islam (9 mahasiswi)
d. Halal yaitu mendapatkan izin dari BPOM (2 mahasiswi)
e. Halal yaitu sebuah lisensi (1 mahasiswi)

Dari data yang diperoleh oleh peneliti terdapat beberapa pendapat, namun mayoritas mahasiswi sebanyak 62,5% berpendapat bahwa halal yaitu seuatu 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. Para mahasiswi 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-apa yang akan digunakan maupun dikonsumsi. Pendapat halal secara juga dikemukakan oleh Al-Syafi'i yang dikutip al Syawkani adalah yang melezatkan. Muhammad al Husayn ibn Mas'ud al Baghawi dari madzah Syafi'i, berpendapat kata *'halal'* berarti sesuatu yang dibolehkan oleh syariat karena baik.

Ketika berbicara mengenai kehalalan suatu produk tidak bisa terlepas dari konsep *thoyyib*. Jika halal mengacu pada hukum boleh atau tidaknya suatu produk dikonsumsi, *thoyyib* lebih menekankan pada aspek kualitas produk seperti kandungan gizi, kebersihan, dan keamanan produk, kesehatan, keterjangkauan harga, serta manfaat lainnya. Konsep *thoyyib* pada produk halal mensyaratkan produsen produk halal memproduksi produk yang benar-benar berkualitas dan bermanfaat.

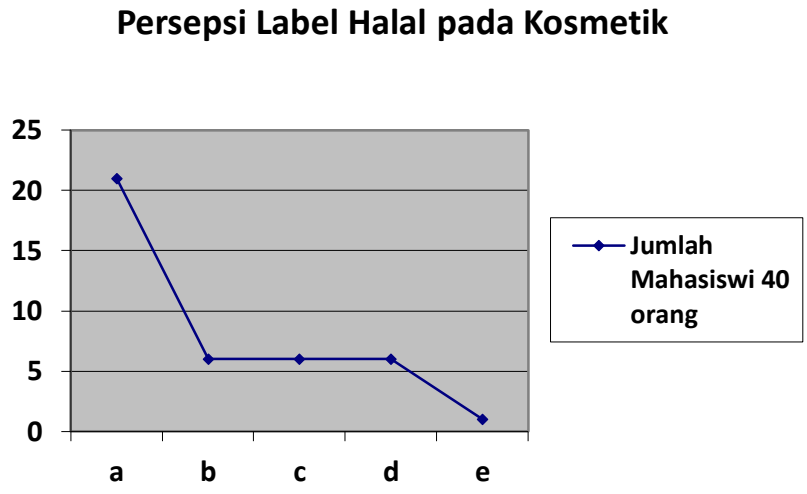
Aspek *thoyyib* ini pula dapat dikatakan sebagai keunggulan daya saing untuk produk-produk halal.[93] Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Mahmud Ismail Sinni dan Haimur Hasan Yusuf dalam *Mu'jam al Thullab.* Imam al-Thabari berpendapat juga bahwa arti lafaz "*thayyib"* dalam ayat ini yakni yang lezat bagi diri manusia tidak membahayakan kepada badan dan akal.

3. Persepsi Para Mahasiswi tentang Label Halal pada Kosmetik

Kebiasaan ketika mendengar label halal biasanya identik dengan sesuatu yang ada pada produk makanan, lain hal jika terjadi pada produk kosmetik. Peneliti telah melakukan penelitian di lapangan untuk mencari data pendapat mahasiswi IAIN Tulungagung sebagai informan, adapun hasil yang diperoleh peneliti adalah sebagai berikut :

[93] Nur Hadiati Endah, *Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia LIPI,* (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi, 2014), hal. 12

Grafik 4.9 Data Informan tentang Persepsi Label Halal Pada Kosmetik



Sumber : data primer diolah oleh peneliti

a. Tanda kosmetik itu tidak mengandung unsur haram dan aman bagi konsumen (21 mahasiswi)
b. Produk yang sudah mendapat ijin halal BPOM dan MUI (13 mahasiswi)
c. Sangat penting harus ada (6 mahasiswi)

Dari data yang diperoleh peneliti terhadap para mahasiswi di atas, nampaknya memberikan penjelasan terhadap apa yang ditangkap dan dipahami oleh mahasiswi dalam memahami label halal pada kosmetik. Bahwa label halal pada produk dimaksud untuk memberikan informasi bahwa produk tersebut telah lulus uji kehalalan oleh lembaga yang berwenang. Label Halal sebagai tanda kehalalan suatu produk.[94] Para mahasiswi sebanyak 52,5% berpendapat bahwa label halal pada

[94] Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

kosmetik yaitu tanda kosmetik itu tidak mengandung unsur haram dan aman bagi konsumen. Peneliti menyimpulkan bahwa pendapat yang disampaikan sejalan dengan maksud Label Halal pada Pasal 11 Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Namun secara spesifik tidak dijelaskan lebih dalam tanda yang seperti apa dimaksudkan. Label halal yang dicantumkan pada produk pangan kemasan yang beredar di pasaran ada tiga bentuk, yakni label halal dengan huruf Latin, huruf Arab dan label/logo halal yang dikeluarkan secara resmi oleh MUI adalah tulisan halal dalam bahasa Arab di dalam logo MUI dan disertai nomor sertifikasi halal di bawahnya yang terdiri dari empat belas digit angka.[95]

Pada penjelasan lain Label Halal dianggap sebagai suatu proses yang harus ditempuh terlebih dahulu setelah memenuhi berbagai persyaratan melalui lembaga yang berwenang. Beberapa mahasiswi memaknai bahwa label halal tersebut telah didapatkan dari sebuah lembaga, 13 mahasiswi menyebutkan didapatkan dari BPOM dan MUI. Berlakunya Undang-UndangNomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal telah mengatur lembaga yang berwenang untuk mengeluarkan Sertifikasi Halal adalah BPJPH, dimana lembaga ini tidak bekerja sendiri namun juga bekerjasama dengan 1. kementerian dan/atau lembaga terkait, lembaga ini meliputi menteri pada bidang a. perindustrian; b. perdagangan; c. kesehatan; d. pertanian; e. koperasi dan usaha kecil dan menengah; f. luar negeri; dan g. lainnya yang terkait

[95] Siti Muslimah, " Label Halal Pada Produk Pangan Kemasan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim", *Yustisia,* Vol. 1 No. 2 Mei-Agustus 2012, hal. 90

dengan penyelenggaraan JPH. Adapun lembaga lain non kementerian/ non struktural juga bekerjasama pada bidang a. pengawasan obat dan makanan; b. standardisasi dan penilaian kesesuaian; c. akreditasi; dan d. lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan JPH. Yang mana masing-masing telah dijelaskan tugas dan fungsinya sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Jaminan Produk Halal.[96]

Selanjutnya 6 mahasiswi ada yang berpendapat bahwa label halal yang pada kosmetik itu sangatlah penting sehingga harus ada. Mahasiswi 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 bisa 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 kosumen muslim yang berpikir kritis dengan memperhatikan label halal pada kemasan kosmetik.

Secara garis besar dari data yang diperoleh peneliti terkait persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik, dapat disimpulkan sebagaimana diatas. Para mahasiswi sebagai konsumen kosmetik telah mengemukakan pendapatnya, namun dalam aplikasinya sebagai pertimbangan memilih produk kosmetik

[96] Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Jaminan Produk Halal

untuk melakukan pembelian hingga penggunaan terdapat beberapa tipe konsumen, sebagaimana berikut :

a. Sangat memperhatikan adanya Label Halal yang terdapat pada kosmetik (10 mahasiswi)
b. Cukup memperhatikan adanya label halal yang terdapat pada kosmetik (26 mahasiswi)
c. Tidak begitu memperhatikan adanya label halal yang terdapat pada kosmetik (4 mahasiswi)

Dapat diketahui berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari para mahasiswi di lingkup IAIN Tulungagung, bahwa setelah memperlajari/mengetahui label halal secara definisi, yang mana mayoritas mahasiswi berpendapat bahwa label halal adalah tanda kosmetik itu tidak mengandung unsur haram dan aman bagi konsumen. Secara definisi mereka mengetahui bahwa apa kosmetik yang memiliki label halal dapat dipahami tidak lagi mengandung unsur haram sehingga aman untuk dipakai kosnumen.

Namun dalam implementasinya sehari-hari mayoritas mahasiswi, dengan 26 pendapat mengemukakan, bahwa infroman masuk dalam kategori cukup untuk memperhatikan adanya label halal pada kosmetik. Peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan terkait persepsi mahasiswi tentang label halal pada kosmetik.

Dalam kategori “cukup memperhatikan” dikatakan sebagai batas kosumen untuk memilih produk yang berlabel halal, memang

memperhatikan tetapi, tidak fanatik hanya terhadap produk yang hanya berlabel halal yang akan dibeli. Konsumen tidak menutup kemungkinan membeli juga produk lain meski tidak memiliki label karena konsumen jelas memilih sesuatu yang baik bagi dirinya sendiri. Sehingga produk kosmetik yang dibeli oleh konsumen pun pasti yang terbaik menurut informan, meski yang baik baginya itu belum tentu memiliki label halal. Mereka mencari yang cocok untuk jenis kulit mereka. Namun tidak memungkiri bahwa suatu produk yang memiliki label halal dapat dipercaya konsumen sebagai produk yang aman untuk digunakan.

Adapun konsumen yang berpendapat "sangat memperhatikan" adanya label halal pada kosmetik, yaitu tipe konsumen yang menyadari bahwa apa yang digunakan oleh seorang muslim harusnya yang baik bagi dirinaya, tolak ukur baik bagi diri kosnumen mengambil dari pengalaman yang telah dilalui dalam menggunakan produk kosmetik. Sehingga mahasiswi sebagai konsumen menyadari akan apa yang digunakan sebaiknya terdapat jaminan sehingga lebih memberi rasa aman. Mahasiswi yang berpendapat bahwa "tidak terlalu memperhatikan" label halal pada kosmetik, tergolong sebagai seseorang yang kurang memperhatikan informasi dengan detail, berdasarkan kebiasaan yang dilakukan seseorang bisa menentukan pilihanannya.

Berbicara mengenai kosmetik pun beragam memaknainya. Kosmetik pada zaman sekarang sangat beragam bentuk, jenis dan bahkan kandungan yang terdapat di dalamnya. 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, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.[97] Sebagaiamana sebelumnya hasil dari penelitian tentang label halal pada kosmetik, menunjukkan bahwa kosmetik telah menjadi kebutuhan bagi mayoritas mahasiswi.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, mengakibatkan banyak perubahan pada setiap zaman yang ada. Sekarang ini banyak sekali produk kosmetik dengan berbagai fungsi dan manfaat dari berbagai perusahaan dan negara yang beredar di pasaran. Kemjuan teknologi di bidang kosmetik saat ini, telah memberikan banyak alternatif bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya akan kebersihan serta kecantikan tubuh dan wajahnya. Pemakian kosmetik sendiri diperlukan oleh semua orang, khsususnya wanita, karena ingin tampil cantik adalah hal alami bagi wanita. Dan agar terlihat cantik banyak wanita yang menghabiskan uangnya untuk membeli produk-produk kosmetik.[98] Indonesia sebagai pasar yang bagus bagi para produsen baik dalam negeri untuk meningkatkan kulaitasnya dalam

---

[97] Peraturan Menteri Kesehatan, Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010

[98] Elina Lestari, "Pertanggungjawaban Pidana Bagi Pelaku Usaha Yang Menjual Kosmetik Pemutih Wajah Yang Mengandung Bahan Berbahaya (Studi di BPOM Surabaya), *Artikel Ilmiah*, Universitas Brawijaya.

bersaing dengan produk dari luar negeri yang kini marak beredar di wilayah Indonesia.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal sebagai payung hukum bagi peredaran produk di Indonesia, memiliki peran penting bersama dengan lahirnya Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019, yang mana juga memberi penjelasan terkait tugas dan fungsi Undang-Undang dalam melakukan perlindungan bagi konsumen juga bekerjasama dengan pihak-pihak terkait. Kerjasama BPJPH dengan MUI untuk memberikan ketetapan halal bagi suatu produk, mewajibkan adanya pencantuman label halal pada kemasan tertuang dalam Pasal 25 "Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib: mencantumkan Label Halal terhadap Produk yang telah mendapat Sertifikat Halal." Pasal 27 (1) Pelaku Usaha yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 dikenai sanksi administratif berupa : a. peringatan tertulis; b. denda administratif; atau c. pencabutan Sertifikat Halal.[99]

[99] Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal