BAB V

PEMBAHASAN

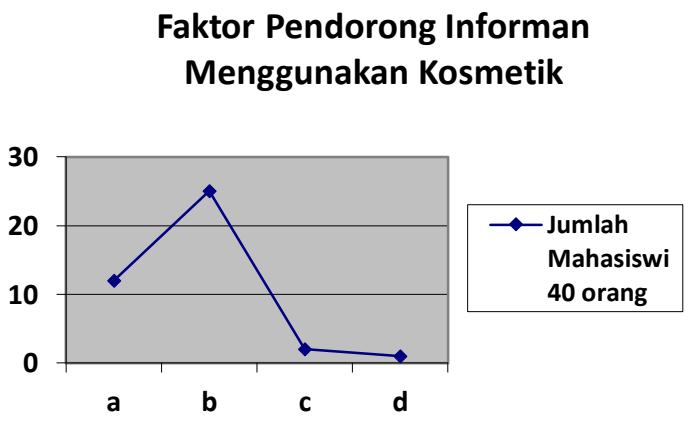
A. Implikasi Persepsi Mahasiswi IAIN Tulungagung tentang Label Halal Terhadap Pemilihan Produk Kosmetik

Persepsi berhubungan dengan cara pandang individu terhadap suatu objek. Para mahasiswi 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 para mahasiswi dalam menentukan sebuah keputusan pembelian. Dalam hal ini persepsi mahasiswi IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik tidak mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswi.

Keputusan pembelian mahasiswi untuk memilih produk kosmetik berdasar pada faktor penting keterlibatan konsumen, yaitu : (1) jenis produk yang menjadi pertimbangan, (2) karakteristik komunikasi yang diterima konsumen, (3) karakteristik situasi konsumen beroperasi, dan (4) kepribadian konsumen. Keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswi tidak hanya sebagai faktor yang mempengaruhi pembelian, tetapi berdasarkan peran dalam pembelian dan mengambil keputusan untuk membeli. Suatu proses sebelum melakukan pembelian barang dan jasa kemudian bisa dipecahkan melalui berbagai pertimbangan. Adapun faktor-faktor yang dapat meningkatkan tingkat keterlibatan konsumen terhadap pembelian yaitu:

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

Pemilihan produk merupakan suatu proses pemilihan barang dan jasa untuk dapat disajikan pada pelanggan atau konsumen. Produk kosmetik saat ini mengalami perkembangan yang sangat luar biasa di pasar. Pertumbuhan jumlah penjualan kosmetik disebabkan oleh permintaan yang meningkat pula, baik dari konsumen remaja sampai dewasa. Keterlibatan mahasiswi untuk memilih produk kosmetik sebagai objek untuk mengekspresikan diri, menonjolkan sesuatu yang dimiliki dengan cara berdandan, merupakan suatu hal yang wajar dilakukan oleh perempuan. Tabi'at atau naluri dari mahasiswi yang dimiliki bisa muncul karena ada dorongan yang ada pada dirinya sendiri maupun dari orang lain. Faktor pendorong mahasiswi menggunakan kosmetik beragam, sebagaimana data berikut ini :



Sumber : data primer diolah oleh peneliti

a. Dorongan yang ada pada diri sendiri (12 mahasiswi)

b. Tertarik ketika melihat teman/keluarga lebih dulu menggunakan (25 mahasiswi)
c. Mengalami *bullying* oleh teman-temannya (2 mahasiswi)
d. Akibat pernah disakiti laki-laki (1 mahasiswi)

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 mahasiswi dapat dibagi menjadi dua golongan :

a. Faktor Internal (yang timbul dari diri sendiri), dorongan dalam diri seseorang menjadi faktor yang penting untuk mengubah diri seseorang, dengan berbagai alasan yang diungkapkan. Adapun karena (1) kesadaran seseorang yang timbul, bahwa mahasiswi sebagai informan menyadari sudah memasuki usia dewasa. Usia sebagai pendorong diri mahasiswi yang berpikir untuk mulai berdandan dan mengubah penampilan dari yang sebelumnya. Mulai menggunakan kosmetik sebagai media untuk mempercantik, menjaga serta merawat tubuh dan wajah para mahasiswi. (2) dorongan dari dalam diri karena tuntutan suatu pekerjaan atau kebiasaan yang dilakukan seseorang. Seperti pendapat mahasiswi berikut:

   “Awalnya menggunakan kosmetik karena mengikuti ajang duta pariwisata di daerah asalku, yang mengharuskan memakai *make-up*.

Kosmetik itu penting ketika ada *event*, untuk *daily* pun juga penting."[100]

Selanjutnya faktor (3) diri seseorang karena melihat iklan di televisi maupun media sosial. Tertarik dengan iklan yang menarik sehingga konsumen terdorong untuk membeli produk. Berbagai upaya promosi dilakukan untuk menarik minat konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan. Produsen selalu berupaya mendesain pesan iklan sedemikian rupa agar menarik. Semakin menarik suatu iklan dan semakin dilihat, dibaca, dan didengar maka semakin akrab konsumen untuk memilihnya.[101]

b. Faktor Eksternal, yaitu faktor yang dipengaruhi dari luar diri seseorang. Dari tabel di atas peneliti mengambil kesimpulan bahwa para mahasiswi mendapat dorongan dari, (1) teman/keluarga, orang-orang terdekat dapat menjadi pemicu/motivasi bagi seseorang untuk melakukan perubahan dalam hidup. Seperti halnya sejumlah 25 mahasiswi 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) mendapatkan *bullying*, seseorang memiliki tekanan pada dirinya sendiri karena mendapatkan perlakuan yang kurang baik di

[100] Wawancara dengan Adenanta, mahasiswi jurusan Hukum Tata Negara Islam pada 17 Oktober 2019 pukul 10.30 WIB

[101] Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasnyai Di Indonesia*, (Jakarta: Grafiti, 1993), hal. 32

lingkungan sekitarnya. Lingkungan menjadi pengaruh untuk melakukan perubahan dalam berpenampilan. Untuk mengubah pandangan orang lain terhadap diri seseorang, agar bisa diterima di lingkungan masyarakat sekitar. (3) karena disakiti oleh laki-laki, merupakan faktor dari luar yang mendorong diri seseorang unntuk merubah penampilannya. Hal ini bisa saja sebagai bentuk ekspresi kekecewaan yang diubah menjadi hal positif.

Karakteristik komunikasi yang diterima oleh setiap orang tidaklah sama, seperti para mahsiswi dengan lingkungannya yang beragam, sehingga dalam keterlibatan para mahasiswi memilih kosmetik beragam. Teknologi yang semakin canggih membuat para mahasiswi lebih mudah untuk mengakses berbagai informasi, sehingga para mahasiswi lebih banyak mengupdate wawasan dengan seluas-luasnya. Peneliti menemukan, bahwa komunikasi yang diterima bisa secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan data yang dikemukakan para mahasiswi peneliti beranggapan bahwa komunikasi yang dilakukan secara langsung oleh para mahasiswi dapat menjadi faktor untuk para mahasiswi terlibat dalam keputusan pembelian.

2. Pemilihan Produk Kosmetik Dilatarbelakangi Aspek Hedonisme (*Hedonic Importence)*

Setiap orang memiliki tingkat kepuasan yang tidak sama, hal ini dikarenakan gaya hidup yang dimiliki seseorang untuk memuaskan

dirinya bisa saja berbeda maupun sama. Kesenangan yang diraih untuk memberikan rasa kebahagian pada diri seseorang, merupakan salah satu cara seseorang untuk mendapat kenikmatan. Sikap hedonisme yang dimiliki seseoran.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian yang dimiliki seseorang seperti usia, pekerjaan, gaya hidup, situasi ekonomi dan konsep diri seorang konsumen. Bagi produsen penting untuk memahami kepribadian konsumen agar produk yang akan dipasarkan sesuai dengan *positioning*. Posisi pasar yang tepat dapat dengan mudah untuk menarik minat pembeli. Seperti halnya produk kosmetik, dipasarkan melalui berbagai cara dan berbagai media dengan memperlihatkan keadaan seseorang menggunakan kosmetik menjadi lebih cantik dan menarik. Dalam hal penelitian ini peneliti membahas para mahasiswi sebagai konsumen produk kosmetik.

Keterlibatan para mahasiswi untuk membeli produk kosmetik karena adanya dorongan internal maupun eskternal. Keputusan pembelian produk kosmetik oleh para mahasiswi didasari oleh kepribadiaan para mahasiswi. Yang mana para mahasiswi di lingkup IAIN Tulungagunh adalah perempuan (konsumen) muslim dengan usia diatas 17 tahun. Batasan usia tersebut sudah masuk dalam kategori dewasa menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974, bahwa batasan dewasa seorang perempuan adalah 16 tahun. Sehingga masa ini memasuki peralihan kondisi seseorang dari anak-anak menjadi dewasa.

Dari masa SMA menuju masa perkuliahan, tentunya dengan kondisi lingkungan yang berbeda. Para mahasiswi beranggapan produk kosmetik sebagai media untuk membuat seseorang menjadi lebih cantik, percaya diri, dan bisa menutupi kekurangan.

Sehingga berdasarkan data yang diperoleh peneliti, para mahasiswi menganggap produk kosmetik sebagai kebutuhan berdasarkan data tabel 4.2 di atas. Sebagai seorang peremouan para mahasiswi menganggap tidak lengkap rasnya jika tidak menggunakan kosmetik, hal ini karena naluri perempuan untuk tetap tampil cantik di manapun dan kapanpun. Kosmetik menjadi pilihan untuk meembuat para mahasiswi mempesona, ketika menggunakan kosmetik timbullah perasaan senang dan bahagia. Kepercayaan diri dapat muncul ketika seseorang merasa nyaman dengan sesuatu yang digunakan, seperti kosmetik yang dapat menunjang penampilan seseorang. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari para mahasiswi terlibat dalam keputusan pembelian produk kosmetik untuk menyenagkan diri dan dapat menimbulkan gairah pada diri seseorang.

Para mahasiswi 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 para mahasiswi dalam memilih produk kosmetik yang memiliki label halal masih terrgolong rendah, nampaknya

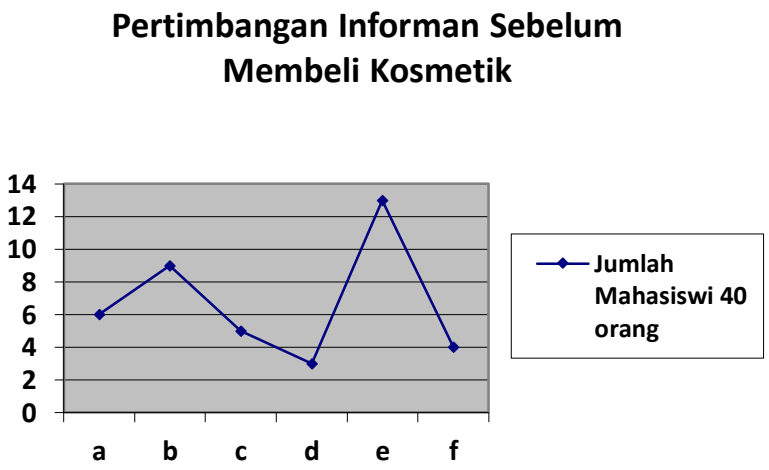
label halal pada kosmetik tidak menjadi suatu pilihan utama untuk menjadi keputusan pembelian para mahasiswi. Pemilihan produk kosmetik yang tepat akan memberikan rasa nyaman dan aman bagi konsumen. untuk meraih ridha Allah tentu dengan melakukan hal-hal yang sesuai dengan syariatnya. Begitupun dalam memilih produk kosmetik ada berbagai banyak macam dan jenisnya. Bahkan terdapat jenis kosmetik yang disebut *waterproff* atau anti air. Sebagai seorang muslim para mahasiswi 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)*

Sebelum seseorang konsumen mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan dahulu terkait suatu produk yang akan menjadi pilihannya. Agar apa yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan oleh konsumen bisa dilihat dari karakteristik dimana konsumen beroperasi. Karakteristik para mahasiswi beroperasi yaitu di lingkungan perguruan tinggi dimana tidak lagi aturan yang mengikat

untuk seseorang mengekspresikan diri dengan memakai pakaian bebas rapi, berdandan atau tidak bukan menjadi aturan baku layaknya masa SMA/sederajat.

Pemilihan produk kosmetik yang tepat bagi para mahasiswi menjadikan hal tersebut dapat memberikan manfaat tersendiri sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Adapun sebelum mengambil keputusan pembelian para mahasiswi memiliki pertimbangan terhadap jenis produk kosmetik yang akan digunakan, hal ini dapat dilihat dari data yang diperoleh peneliti sebagai berikut:



Sumber : data primer diolah oleh peneliti

a. Memperhatikan adanya label halal pada kosmetik (6 mahasiswi)
b. Memperhatikan bahan/kandungan pada kosmetik (9 mahasiswi)
c. Memperhatikan harga (5 mahasiswi)
d. Memperhatikan adanya ijin BPOM (3 mahasiswi)
e. Meperhatikan jenis kulit dengan warna kulit (13 mahasiswi)
f. Memperhatikan fungsi/kegunaan (4 mahasiswi)

Beberapa alasan yang dikemukakan para mahasiswi terhadap kosmetik beragam. Menyesuaikan dari berbagai hal seperti keadaan kulit seseorang, serta informasi yang telah diperoleh dapat menjadi pertimbangan sebelum membeli kosmetik. Adapun jenis kulit yaitu, normal, berminyak, kering, sensitif dan kombinasi. Berdasarkan data tabel di atas, sebanyak 13 mahasiswi berpendapat, bahwa pertimbangan yang dilakukan sebelum membeli produk kosmetik yaitu mencari produk sesuai jenis kulit dan dengan warna kulit, para mahasiswi mengatakan, sebelum konsumen mengetahui produk yang cocok untuk jenis dan warna kulit. Konsumen terlebih dahulu mencari informasi yang bisa dijadikan rujukan untuk bahan pertimbangan. Mencari informasi melalui jejaring sosial (google, youtube, instagram, dsb). Semakin canggihnya teknologi hal ini tentu bisa sangat mudah untuk dipelajari. Kondisi ini menunjukkan bahwa para mahasiswi tidak menutup diri untuk mencari tahu tentang suatu produk kosmetik yang akan dibelinya. Informasi yang didapatkan juga beragam, mahasiswi ada yang melihat dari *review* serta komentar banyak orang terkait suatu produk. Seperti pendapat dari salah satu mahasiswi berikut :

> "Saya menggunakan produk sesuai dengan kebutuhan kulit, misal sedang berjerawat saya menggunakan produk yang cocok untuk menangani jerawat. Bukan produk yang untuk kulit berminyak seperti itu. Sebelumnya saya mencari tahu produk kosmetik dengan melihat *review* dari *beauty vlogger* youtube, melihat komentar dari teman yang pernah memakai, dan saya memperhatikan adanya

kandungan BHA atau tidak, karena kulit saya tidak cocok dengan bahan kosmetik tersebut."[102]

Kemudian dilanjutkan dengan pendapat mahasiswi sebanyak 9 orang, menerangkan bahwa pertimbangan memperhatikan bahan/kandungan pada kosmetik. Kandungan bahan yang terdapat pada kosmetik ini beragam, seperti pada penjelasan bab sebelumnya. Bahwa kosmetik itu 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 merupakan 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.[103]

Kosmetik yang tradisional terbuat dari bahan yang masih alami seperti buah-buahan dan sari pati alam, lulur dengan bahan beras dan kemuning, mangir jawa, yang mengandung kunyit, beras dan asam, semua mampu memberikan hasil kecantikan tradisional yang alami dan mempesona. Bagi beberapa orang, perawatan kecantikan tradisional sangat rumit dan menyita waktu, sementara perawatan kecantikan modern lebih praktis dan memberikan hasil yang cepat. Karena itulah banyak wanita yang memilih perawatan kecantikan modern karena hasilnya lebih instan. Sehingga sebelum para mahasiswi membeli

---

[102] Wawancara dengan Zuny Wulansari, mahasiswi jurusan Perbankan Syariah pada 24 Oktober 2019 pukul 18.30 WIB

[103] Lina Pangaribuan, " Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan" *Keluarga Sehat Sejahtera,* Vol 15 No. 2, 2017, hal. 22

produk kosmetik, para mahasiswi harus paham dengan jenis kulit dan kebutuhan yang dibutuhkan agar produk yang digunakan relevan dan memberikan manfaat.

Vektor komoditas Konsumen muslim memiliki batasan yang diatur menurut agama Islam, untuk tidak mengkonsumsi sesuatu yang dilarang. Adapun Allah SWT telah mejelaskan dalam Al-Qur'an mengenai apa-apa yang dihalalkan maupun diharamkan. Seorang muslim dilarang mengkonsumsi alkohol, daging babi, darah dan lain-lain. Penggunaan kosmetik oleh para mahasiswi juga harus berhati-hati terhadap kemanan dan kehalalan bahan baku. Hal ini dikarenakan banyak kosmetik yang bermunculan dan tidak mencantumkan label halal pada produknya sehingga besar kemungkinan kosmetik tersebut tergolong *syubhat* (diragukan kehalalannya). Bahan-bahan dasar untuk pembuatan kosmetika tersebut antara lain, asam lemak, *kolagen, plasenta, gliserin, keratin, albumin, elastin, asam hialuronat, allantoin, wax, dan gelatin,* yang diketahui diambil dari hewan yang termasuk kategori halal. Sehingga para mahasiswi sebagai konsumen muslim perlu juga untuk memperhatikan kehalalan produk kosmetik yang digunakan.[104]

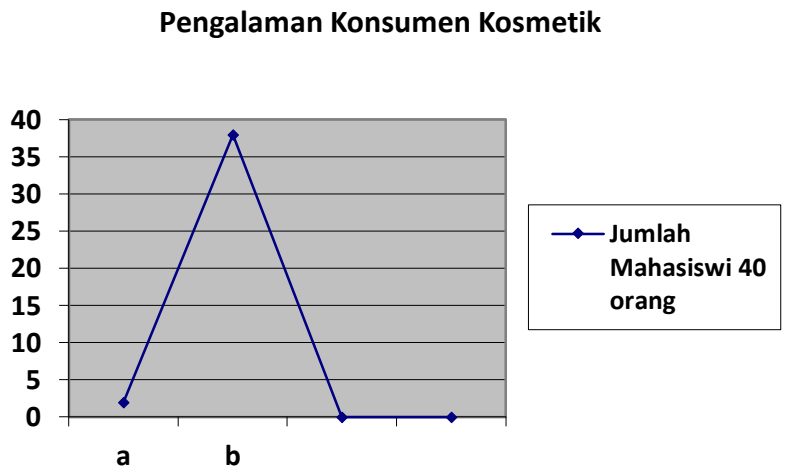
4. Pertimbangan Resiko Pembelian Produk Kosmetik (*Purchase Risk*)

Setiap pilihan yang diambil oleh seseorang selalu menimbulkan resiko, baik resiko yang timbul besar ataupun kecil. Perilaku konsumen

[104] Yunita Kusumawati dan Benny Herlena, "Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Muslim", *Jurnal Psikologi Integratif,* Vol 2 No. 1 Juni 2014, hal. 101

mengandung sebuah resiko, yang mana setiap tindakan seorang konsumen dapat menghasilkan konsekuensi-konsekuensi yang tidak dapat diantisipasi dengan apapun. Pada keputusan pembelian, resiko berkaitan dengan situasi-situasi yang hasilnya bisa positif ataupun negatif. Sehingga sebagai konsumen para mahasiswi mempertimbangkan lebih banyak lagi kemungkinan konsekuensi-konsekuensi atas tindakan yang diambil.

Pemilihan produk yang kurang tepat dapat menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen dalam menggunakan produk tersebut, sehingga menimbulkan rasa yang tidak nyaman dan mengganggu. Maka dari itu para mahasiswi melakukan berbagai pertimbangan sebelum mengambil keputusan pembelian. Namun pertimbangan yang dilakukan pun tidak menjamin dari apa yang digunakan tidak memiliki resiko, sehingga berdasarkan hal tersebut timbul resiko atas pengunaan kosmetik, sebagaimana data berikut berdasarkan pengalaman para mahasiswi:



Sumber : data primer diolah oleh penelitI

a. Konsumen yang cocok

Dalam kategori konsumen ini, peneliti menemukan 5% mahasiswi yang mengalami kecocokan meski berganti-ganti kosmetik. Selama menggunakan kosmetik konsumen ini tidak merasakan efek yang timbul, ketika kosmetik yang digunakan mahasiswi berbeda dari sebelumnya. Mahasiswi yang mengalami kecocokan kosmetik memiliki tekstur kulit yang lebih kuat menahan berbagai jenis bahan yang berbeda.

b. Konsumen yang tidak cocok

Dalam kategori konsumen ini, peneliti menemukan 95% mahasiswi yang telah menggunakan produk kosmetik, memiliki pengalaman yang berbeda dari sebelumnya. Dimana para mahasiswi ini cenderung pernah mengalami masalah kulit akibat dari penggunaan kosmetik. Berdasarkan pengalaman para

mahasiswi yaitu sebagai konsumen kosmetik mengalami beberapa 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 penyesuaiannya. Ketika para mahasiswi menggunakan kosmetik, adapun reaksi yang timbul dapat ditampilkan data sebagai berikut :

1) Timbul jerawat
2) Kulit agak mengelupas
3) Bintik-bintik kemerahan
4) Terasa panas
5) Timbul rasa gatal
6) Kulit menjadi kasar

Beberapa masalah kulit yang dialami para mahasiswi ini, akibat jenis kulit yang dimiliki setiap individu berbeda, ada yang memiliki kulit tebal dan kulit sensitif yang dimiliki para mahasiswi. Sehingga dapat menyebabkan berbagai reaksi ketika para mahasiswi tidak cocok menggunakan kosmetik. Berbagai faktor yang menjadi penyebab kosmetik tidak cocok digunakan oleh setiap individu, karena berbagai kondisi yang dialami dari masing-masing individu tidaklah sama. Pada data sebagaimana di atas, menunjukkan bahwa mayoritas para mahasiswi mengalami masalah selama menggunakan produk kosmetik. Jumlah yang

sangat banyak dari 40 mahasiswi hanya 2 orang mahasiswi yang tidak mengalami masalah pada kulitnya ketika berganti-ganti kosmetik.

Berdasarkan pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum membeli produk kosmetik, menunjukkan bahwa pertimbangan terbanyak pada pemilihan kosmetik berdasar jenis kulit maupun warna kulit. Dimana kulit setiap individu memiliki kapasitasnya masing-masing. Sementara kosmetik seperti yang sudah dijelaskan, adanya kosmetik tradisonal dan kosmetik modern. Pada saat ini para mahasiswi banyak yang menggunakan kosmetik modern, hal ini mempengaruhi dari adanya ketidakcocokan yang dialami oleh para mahasiswi. Bahan atau kandungan yang dipakai untuk membuat kosmetik modern adalah beragam. Kosmetik termasuk sediaan farmasi, maka pembuatannya harus mengikuti persyaratan, keamanan, dan pemanfaatan sesuai Undang-Undang Kesehatan serta Peraturan Pelaksananya yaitu batasan *cemaran merkuri* di dalam kosmetik sebesar 1 mg/kg sesuai dengan Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK 03.1.23.07.11.6662 Tahun 2011. Kosmetik tidak boleh

mempengaruhi fisiologi tubuh dan hanya bekerja di lapisan kulit epidersmis.[105]

Konsumen kosmetik yang sudah pernah mengalami masalah terhadap kulitnya atau terkena dampak dari penggunaan produk kosmetik, akan lebih berhati-hati sebelum membeli. Sehingga berbagai pertimbangan dilakukan untuk mengetahui informasi lebih detail tentang suatu produk kosmetik. Kosmetik modern sendiri mengandung banyak bahan kimia, seperti :

a. Sodium Lauryl Sulfate (SLS) and Ammonium Lauryl Sulfate (ALS)
b. Bahan Pengawet Paraben
c. Propylene Glycol
d. Isopropyl Alkohol
e. DEA (Diethanolamine), TEA (Triethanolamine), and MEA (Monoethanolamine)
f. Aluminium
g. Minyak mineral
h. Polyethylene Glycol (PEG)[106]

Resiko yang timbul dalam pembelian produk kosmetik oleh para mahasiswi, membuat para mahasiswi harus lebih selektif dalam memilih produk kosmetik yang tepat untuk

[105] Umi Kulsum, " Bahaya Kosmetik Bermerkuri Bagi Kesehatan", *Artikel Pascasarjana,* Universitas Negeri Malang, 2015, hal. 1

[106] Lina Pangaribuan, " Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan" *Keluarga Sehat Sejahtera,* Vol 15 No. 2, 2017, hal. 25-26

digunakan. Dengan meminimalisir resiko yang akan timbul dikemudian hari, para mahasiswi dapat memilih produk kosmetik yang berbahan alami, tidak banyak bahan kimia yang bisa membahayakan. Adanya label halal pada kosmetik juga dapat membantu para mahasiswi sebagai konsumen kosmetik untuk menganali kosmetik dengan mudah, produk kosmetik yang telah berlabel halal sudah melalui uji sertifikasi kehalalannya, sehingga sudah dapat dipastikan aman untuk digunakan para mahasiswi sebagai konsumen kosmetik