

**PERSEPSI MAHASISWA NON MUSLIM TERHADAP
PRODUK KOSMETIK BERLABEL HALAL (STUDI KASUS
MAHASISWA DI KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh :

KURNIA EKA PUTRI

21 0401 0030

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

**PERSEPSI MAHASISWA NON MUSLIM TERHADAP
PRODUK KOSMETIK BERLABEL HALAL (STUDI KASUS
MAHASISWA DI KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh :

KURNIA EKA PUTRI

21 0401 0030

Dosen Pembimbing:

Nur Amal Mas, S.E.Sy., M.E.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kurnia Eka Putri
NIM : 2104010030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi/tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo 7 Mei 2025
Yang membuat pernyataan,



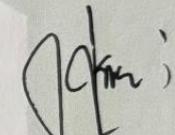
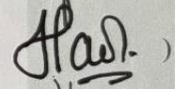
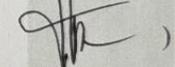
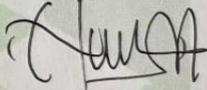
Kurnia Eka Putri
NIM. 2104010030

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Persepsi Mahasiswa Non Muslim terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Palopo) yang ditulis oleh Kurnia Eka Putri Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104010030, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 21 April 2025 Miladiyah bertepatan dengan 22 Syawal 1446 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 6 Mei 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Hardiyanti Yusuf, S.E.Sy., M.E. | Penguji I | () |
| 4. Muh. Nur Alam Mujahir, Lc., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Nur Amal Mas, S.E.Sy., M.E. | Pembimbing | () |

Mengetahui:



Dr. Hj Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006



Dr. Muhammad Aliwi, S.Sy., M.E.I.
NIP 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Non Muslim terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Palopo)”** setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan.

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tuaku tercinta Ayahanda Almarhum Murtono dan Ibunda Waginem yang senantiasa memanjatkan doa untuk keselamatan dan kesuksesan dunia dan akhirat untuk putrinya, memberi cinta, kasih sayang serta dukungan dengan keadaan apapun selama ini. Teruntuk Cinta Pertama saya, Ayahanda tercinta Alm. Murtono, beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh Pendidikan. Alhamdulillah kini penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis

sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar benar pergi. Teruntuk Ibunda Waginem, wanita hebat yang sudah membesarkan anak anaknya hingga mendapatkan gelar sarjana. Yang tidak henti hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan saya, terima kasih untuk semua do'a dan dukungan ibu sehingga saya berada di titik ini. Terima kasih juga untuk saudaraku dan juga teman-teman serta keluarga besar peneliti, yang selama ini telah membantu dan mendoakan. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlipat ganda serta melimpahkan rahmatnya kepada mereka, Aamiin. Selanjutnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah. Ibu Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi

Syariah. Beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.

4. Dosen Pembimbing, Ibu Nur Amal Mas, S.E.Sy., M.M. yang telah memberikan masukan dan arahan dalam rangka penyelesaian skripsi ini. Dewan Penguji, Penguji I Ibu Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. dan Penguji II Bapak Muh, Nur Alam Muhajir, Lc., M.Si.
5. Zainuddin S., S.E., M.Ak. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.
7. Teristimewa kepada saudari penulis satu satunya, Rachmi Dwi Aprilia Terima kasih atas semua arahan dan dukungan serta doa doa yang diberikan selama ini, semoga kedepannya kita akan selalu membuat orang tua kita tersenyum bahagia sepanjang waktu.
8. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2021 (khususnya kelas A), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada semua teman-teman Posko 65 KKN Reguler IAIN Palopo Angkatan XLVI Desa Mandiri, Kec Tomoni, Kabupaten Luwu Timur yang telah banyak memberi dukungan, motivasi, dan inspirasi dalam penyusunan skripsi ini.

10. Teruntuk sahabat penulis yaitu Rona Adelia dan Lutfiah Kartika, terima kasih banyak sudah menjadi sahabat sekaligus saudara yang telah menjadi sumber inspirasi, semangat, dan motivasi selama penulisan skripsi ini. Kehadiranmu di setiap langkah penulis, baik saat senang maupun susah, selalu memberikan kekuatan luar biasa untuk terus maju bukan hanya sekedar sahabat, tetapi juga menjadi teman diskusi yang cerdas, pendengar yang baik.
11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran, serta keuangan dan perekonomian sendiri dengan sangat amat baik sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dengan hasil jerih payah sendiri. Terimakasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Semoga Langkah kebaikan selalu menyertaimu, dan semoga Allah selalu meridhai setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun masih dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan dan bernilai ibadah di sisi-Nya. Aamiin.

Palopo, 21 Februari 2025
Peneliti

Kurnia Eka Putri
NIM. 21 0401 0030

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (´).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	<i>fathah</i>	A	A
إِ	<i>Kasrah</i>	I	I
أُ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
أُو	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوْلَ : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
-------------------	------	-----------------	------

ا... ا... ي	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	A	a dan garis di atas
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>yā'</i>	I	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	U	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā'marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā'marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā'marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍamma*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā'marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'marbūṭah* itu transliterasinya dengan ha (ha).

Contoh:

رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭ fāl*

الْمَدِينَةَ الْأَفْضَلَ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةَ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

أَلْحَقَّ	: <i>al-ḥaqq</i>
نُعِمَّ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوَّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ع* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahulukan oleh huruf *kasrah* (سَيِّئِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (<i>al-zalzalah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادِ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. *Lafz al-Jalālah (الله)*

Kata “Allah” yang didahului pertikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-*

jalālah, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī raḥmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf

kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tmpat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihī al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
SWT	= Subhanahu wa ta'ala
QS .../...:	= QS Al-Baqarah ayat : 275
HR	= Hadis Riwayat
BPOM	= Badan Pengawas Obat dan Makanan



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
B. Deskripsi Teori.....	16
C. Kerangka Berpikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Fokus Penelitian	32
C. Definisi Istilah.....	33
D. Desain Penelitian	35
E. Data dan Sumber Data.....	35
F. Instrumen Penelitian	36
G. Teknik Pengumpulan Data.....	36
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	38
I. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Deskripsi Data.....	42

B. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP.....	66
A. Simpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan ayat 1 Q.S Al Baqarah/2:168.....	3
Kutipan ayat 2 Q.S Al Baqarah /2:172.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pedoman Observasi	37
Tabel 3. 2 Pedoman Instrumen Wawancara	38
Tabel 4. 1 Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Agama dan Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Menurut Kecamatan di Kota Palopo, 2023	42
Tabel 4. 2 Jumlah Mahasiswa Non Muslim	43
Tabel 4. 3 Identitas Informan	44



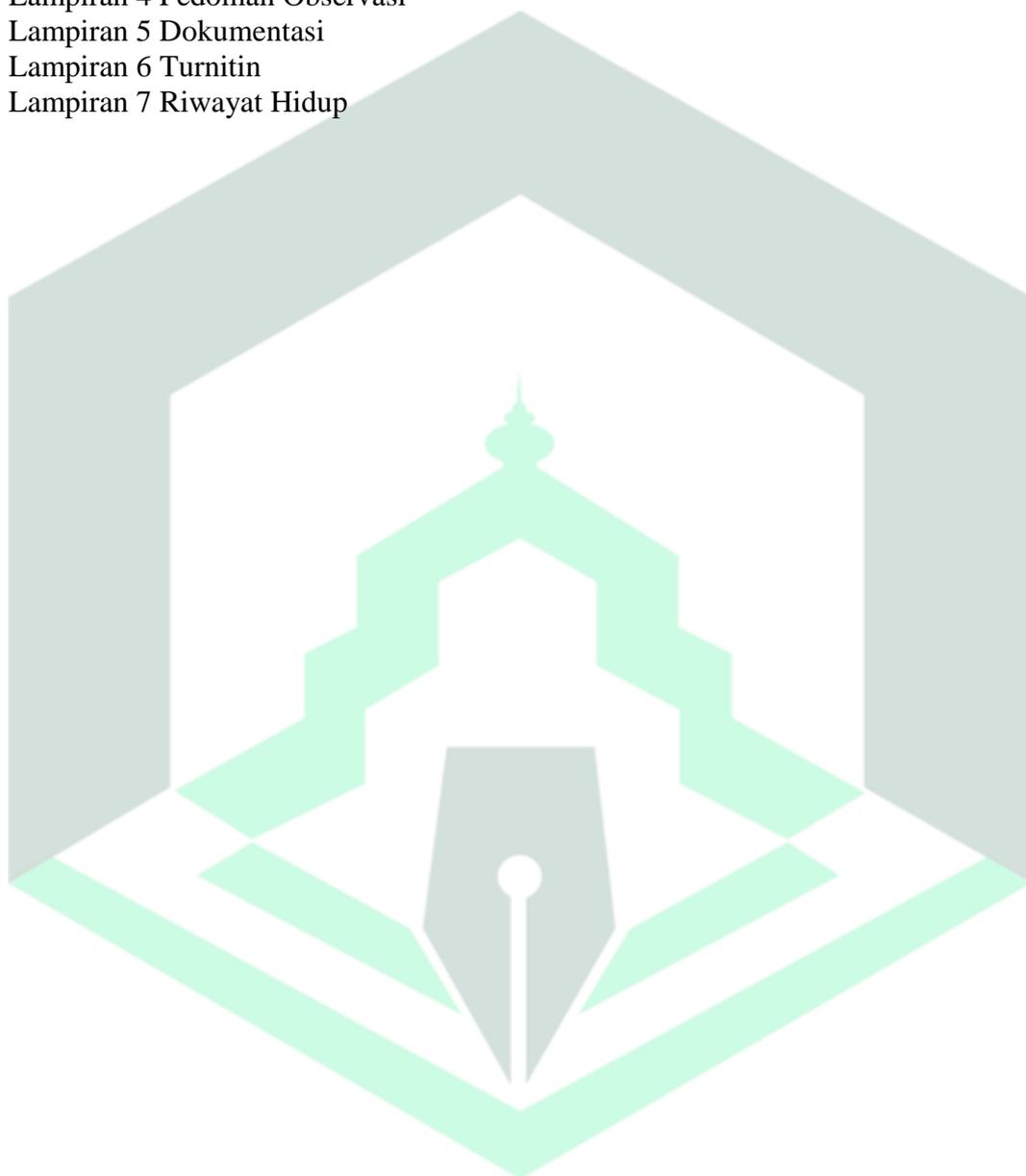
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Produk Bersertifikasi Halal	2
Gambar 2. 1 Logo Halal.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Meneliti
- Lampiran 2 SK Penguji
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 Pedoman Observasi
- Lampiran 5 Dokumentasi
- Lampiran 6 Turnitin
- Lampiran 7 Riwayat Hidup



ABSTRAK

Kurnia Eka Putri 2025, “ Persepsi Mahasiswa Non Muslim Terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Palopo)”
Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kota Palopo. Dibimbing Oleh Nur Amal Mas, S.E.Sy., M.E.

Penelitian ini membahas tentang Persepsi Mahasiswa Non Muslim Terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal di Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa non Muslim di Kota Palopo terhadap produk kosmetik berlabel halal dan Untuk mengetahui faktor pendukung mahasiswa non Muslim di Kota Palopo dalam memilih produk kosmetik berlabel halal. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo tentang produk kosmetik berlabel halal dapat dilihat melalui tiga indikator menurut Bimo Walgito, yaitu penyerapan, pemahaman, dan penilaian atau evaluasi. Mahasiswa yang memahami konsep halal secara aktif memperoleh informasi dari berbagai sumber dan menyadari bahwa label halal bukan hanya berkaitan dengan agama, tetapi juga menjamin keamanan, kesehatan, dan kualitas produk. Sebaliknya, mahasiswa yang masih minim pengetahuan lebih banyak menerima informasi secara pasif dan tidak menjadikan label halal sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian mereka. Dalam tahap evaluasi, mahasiswa yang memahami konsep halal lebih cenderung menilai produk ini sebagai pilihan yang lebih aman dan berkualitas, sementara mereka yang kurang memahami lebih mempertimbangkan aspek harga, kemasan, dan efektivitas produk. Dengan demikian, meskipun pemahaman terhadap kosmetik halal berbeda-beda, label halal tetap memberikan nilai tambah bagi mahasiswa non-Muslim dalam memilih produk kosmetik. Faktor pendukung mahasiswa non-Muslim di kota Palopo untuk menggunakan produk kosmetik berlabel halal ada berbagai macam seperti faktor Kesehatan, faktor desain kemasan, faktor lingkungan sosial, faktor harga dan ketersediaan, faktor lingkungan hidup.

Kata Kunci: Persepsi, Mahasiswa Non Muslim, Kosmetik halal

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk berlabel halal di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Produk halal merujuk pada barang dan jasa yang diizinkan menurut hukum syariah Islam. Istilah "halal" berarti diperbolehkan, sedangkan "haram" berarti terlarang.¹ Bagi umat Islam sendiri, mengonsumsi makanan yang halal merupakan kewajiban untuk memenuhi perintah Allah SWT. Kehalalan akan menjadi penting dalam kajian pemasaran di Indonesia, karena saat ini konsumen akan memperhatikan label halal yang tertera pada produk yang diperjual belikan di pasaran.² Di Indonesia, Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 mengatur bahwa semua produk yang beredar harus bersertifikat halal, termasuk makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetik.³ Islam secara tegas melarang konsumsi baik makanan maupun minuman yang berasal dari bahan haram seperti babi, bangkai, darah, dan khamr.⁴ Hal ini juga berlaku untuk kosmetik dan obat-obatan, yang tidak boleh mengandung bahan-bahan yang haram serta tidak aman, seperti yang berasal dari DNA babi. Maka dari itu Majelis

¹ Dede Al Mustaqim, "Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah Dan Hukum Positif," *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 1, no. 2 (2023): 54–67.

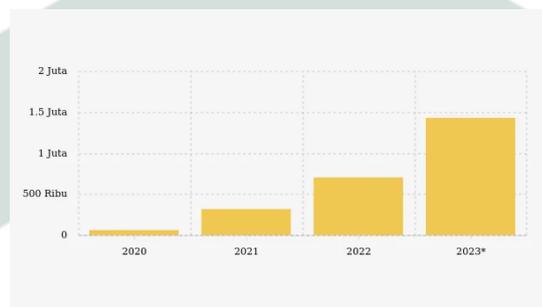
² Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 4, no. 2 (2016): 83–98.

³ Melissa Aulia Hosanna and Susanti Adi Nugroho, "Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal Pada Produk Makanan," *Jurnal Hukum Adigama* 1, no. 1 (2018): 511, <https://doi.org/10.24912/adigama.v1i1.2155>.

⁴ Amir Salim, Muharir Muharir, and Ayu Hanni Juniar, "Edukasi Dalam Penerapan Hukum Halal Dan Haram Pada Makanan Di Desa Nusa Makmur Kec. Air Kumbang Kab. Banyuwasin," *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2021): 64–76.

Ulama Indonesia memberikan sertifikasi halal untuk memastikan produk memenuhi standar kehalalan Islam.⁵

Pada tahun 2023, jumlah produk bersertifikasi halal mencapai 2,9 juta, melampaui target yang ditetapkan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menunjukkan peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun.⁶



Gambar 1. 1 Jumlah Produk Bersertifikasi Halal

Pengeluaran oleh umat muslim dalam industri halal di Indonesia diproyeksikan akan meningkat hingga 14,96% pada tahun 2025 atau sekitar US\$ 281,6 miliar. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia diyakini menjadi negara dengan jumlah konsumen pasar halal terbesar yaitu mencapai 11,34% dari keseluruhan pengeluaran halal global (Kementerian Perindustrian Indonesia, 2023).⁷ Banyak konsumen muslim maupun non-Muslim memilih menerapkan gaya hidup halal karena produk dari industri halal terjamin aman, bersih, dan baik.⁸

⁵ Habiburrahman Habiburrahman and Novia Novia, "Jaminan Produk Halal Bagi Perlindungan Konsumen Telaah Rancangan Undang-Undang Penjaminan Produk Halal Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah," *Manazhim* 5, no. 1 (2023): 11–27, <https://doi.org/10.36088/manazhim.v5i1.2316>.

⁶ Sugeng Pamuji, "Lampau Target, 2,9 Juta Produk Sudah Bersertifikasi Halal," Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023, <https://kemenag.go.id/nasional/lampau-target-2-9-juta-produk-sudah-bersertifikat-halal-mRNDU>.

⁷ A. Alfira Yuningsih M, Riska Erfiana Putri, and Hasse Jubba, "Implikasi Sertifikasi Halal Terhadap Perkembangan Industri Halal Di Indonesia," *Al-Tijary* 8, no. 2 (2023): 155–69, <https://doi.org/10.21093/at.v8i2.7652>.

⁸ Warto Warto and Samsuri Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98–112.

Sertifikasi halal menjadi jaminan kualitas dan keamanan produk, sehingga konsumen merasa lebih percaya untuk menggunakan produk halal.⁹ Produk halal berpotensi akan terus berkembang karena saat ini penerapan kerangka dan prinsip halal tidak hanya dibatasi oleh batasan agama.¹⁰ Sebagaimana disebutkan dalam Surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahannya:

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu." ¹¹(QS. Al-Baqarah/2:168)

Masyarakat kini cenderung memilih produk halal sebagai pilihan utama karena dianggap lebih aman dan berkualitas tinggi dibandingkan dengan produk non-halal.¹² Pilihan ini tidak hanya didasarkan pada kepatuhan terhadap ajaran agama, tetapi juga pada peningkatan kesadaran akan kesehatan dan keamanan produk yang dikonsumsi.¹³Tren ini juga didorong oleh meningkatnya informasi dan edukasi mengenai pentingnya kehalalan, baik di kalangan masyarakat Muslim maupun non-Muslim. Banyak konsumen kini menyadari bahwa produk halal tidak

⁹ Nurul Huda, "Pemahaman Produsen Makanan Tentang Sertifikasi Halal (Studi Kasus Di Surakarta)," *Ishraqi* 10, no. 1 (2012): 1–13.

¹⁰ Muhammad Nur Alam Muhajir and Fahadil Amin Al Hasan, "The Development of Halal Tourism Destinations in Indonesia: Potentials, Opportunities and Challenges," *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 3, no. 2 (2021).

¹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemah* 2023, no. 7 (2022): 6412.

¹² Mila Fursiana Salma Musfiroh, "Keputusan Pembelian Kosmetik Prespektif Ekonomi Islam," *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam* 24, No. 1 (2024): 25–45.

¹³ Nunung Kuniasih, Itsna Nurhaliza, and Evi Purwaningsih, "Penyuluhan: Urgensi Produk Konsumtif Halal Bagi Masyarakat Muslim Di Kampung Sukarata-Cipaisan Kabupaten Purwakarta," *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 06 (2024): 265–72.

hanya terbatas pada makanan, tetapi juga mencakup berbagai kategori seperti kosmetik, obat-obatan, dan barang konsumsi lainnya.¹⁴

Salah satu produk halal yang banyak di gemari oleh masyarakat ialah kategori produk kosmetik. Produk kosmetik merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, terutama kaum wanita. Seiring dengan meningkatnya kesadaran terhadap penampilan dan pengaruh besar media sosial.¹⁵ Hal ini mendorong berbagai kemunculan berbagai merek dan produk kosmetik di pasaran, meskipun tidak semuanya memenuhi standar keamanan atau memiliki sertifikasi tertentu seperti sertifikasi halal, organic, atau cruelty-free. Namun, banyak konsumen memilih produk kosmetik bukan berdasarkan kualitas atau labelnya, melainkan karena pengaruh tren yang dipopulerkan oleh influencer, rasa takut ketinggalan (FOMO), atau sekedar mengikuti rekomendasi orang lain. Fenomena ini mencerminkan bagaimana faktor popularitas dan sosial sering kali lebih mendominasi keputusan konsumen dibandingkan aspek keamanan, etika, atau keberlanjutan produk. Namun, dengan semakin banyaknya produk kosmetik yang mendapatkan sertifikasi halal, konsumen kini memiliki lebih banyak pilihan yang tidak hanya memenuhi standar syariah, tetapi juga menjamin keamanan dan efektivitas produk.¹⁶

Label halal pada produk kosmetik menjadi indikator penting bagi konsumen dalam menilai keamanan dan kualitas produk, yang berkontribusi

¹⁴ Marissa Grace Haque, "BUKU AJAR E-Book," *Perjalanan Industri & Jaminan Produk Halal Indonesia*, Marissa Grace Haque, Sem Genap 2022-2023-2, ISBN 978-623-09-2593-1, Sonpedia" (Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

¹⁵ Gilang Febiano And Liana Mangifera, "Pentingnya Brand Image, Brand Awareness Dan Social Media Marketing Dalam Keputusan Pembelian Produk Kahf," *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 6 (2024): 6986–93.

¹⁶ Aan Nasrullah, "Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia," *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 6, no. 1 (2021): 50–78.

pada keputusan pembelian mereka terutama di pasar Indonesia yang merupakan salah satu konsumen kosmetik halal terbesar di dunia.¹⁷ Sertifikasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, di mana konsumen cenderung merasa lebih aman dan percaya diri saat menggunakan produk bersertifikat halal karena diyakini memenuhi standar keamanan dan kualitas yang lebih baik.¹⁸ Faktor-faktor seperti citra merek dan kesadaran halal berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dimana konsumen yang memiliki pemahaman yang baik tentang kehalalan produk lebih memilih kosmetik halal dibandingkan produk non-halal.¹⁹ Dengan begitu pemahaman yang mendalam tentang persepsi konsumen terhadap produk kosmetik halal menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan mereka.

Adapun faktor faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen muslim dan non muslim memilih kosmetik berlabel halal karena percaya bahwa produk tersebut terjamin kebersihannya, keamanan, kesehatan dan bebas dari bahan berbahaya.²⁰ Selain itu, produk halal sering kali dianggap lebih aman untuk digunakan, karena proses sertifikasinya yang ketat memastikan bahwa semua bahan yang digunakan telah melalui pemeriksaan yang menyeluruh.²¹ Seiring

¹⁷ B. Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing. PT Inovasi Pratama Internasional*. (PT Inovasi Pratama Internasional, 2020).

¹⁸ Mujahidin Mujahidin, "The Potential of Halal Industry in Indonesia to Support Economic Growth," *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 2, no. 1 (2020): 77–90.

¹⁹ Christina Whidya Utami Nadia Alesiana Putri, "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Religius, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Perilaku Terhadap Produk Dan Kesadaran Halal Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Kosmetik)" 8, no. 2 (2024): 1–21.

²⁰ Nur Kholidah and Muhammad Arifiyanto, "Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Di Pekalongan," *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2021): 136–51, <http://wahanaislamika.ac.id>.

²¹ Loeki Enggar Fitri, Qomariyatus Sholihah, and Sri Winarsih, *Pemikiran Profesor UB Mewujudkan Jaminan Produk Halal Di Indonesia* (Universitas Brawijaya Press, n.d.).

meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan keselamatan produk, konsumen non-Muslim semakin mempertimbangkan label halal sebagai indikator kualitas yang dapat diandalkan.²²

Kepercayaan terhadap merek serta rekomendasi dari lingkungan sosial juga berperan penting mengenai keputusan pembelian kosmetik halal di kalangan konsumen non-Muslim. Banyak dari mereka yang merasa bahwa lebih nyaman menggunakan produk halal karena adanya jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang dan telah diuji keamanannya.²³ Sebagian Masyarakat terutama wanita menjadi lebih selektif dalam membeli kosmetik,²⁴ dikarenakan tidak semua kosmetik yang ada di pasaran ditandai dengan label halal. Salah satu demografi yang sangat membutuhkan produk kosmetik adalah mahasiswa. Prasurvey yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan beberapa mahasiswa di Kota Palopo dengan menggunakan metode observasi, karena mahasiswa dapat menjelaskan alasan yang kritis terhadap informasi yang diperoleh dan kemampuannya dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Dalam hal ini peneliti memilih beberapa perguruan tinggi yang ada di Kota Palopo yang terdiri dari beberapa mahasiswa yang memiliki latar belakang agama yang berbeda. Seperti, Universitas Cokroaminoto Palopo, Universitas Andi Djemma,

²² Tutik Nurul Janah, "Upaya Perlindungan Konsumen Muslim Dan Non-Muslim Melalui Sertifikasi Halal Dan Transparansi Komposisi Produk Makanan," *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman* 9, no. 1 (2020): 65–85.

²³ K Nasikah, "Pengaruh Kesadaran Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan ...," *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 12, no. 2 (2023): 6, http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/8074/%0Ahttps://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/8074/1/KHOLIFATUL_NASIKAH_1903011066.pdf.

²⁴ Resa Afrianti and S Suprianto, "Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal," *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen* 4, no. 1 (2024): 143–53.

Universitas Mega Buana, Stikes Kurnia Jaya Persada, dan Universitas Muhammadiyah Palopo.

Kota Palopo, sebagai salah satu Kota di Sulawesi Selatan, memiliki sejumlah perguruan tinggi yang menarik banyak pelajar dari berbagai latar belakang.²⁵ Dengan keberagaman ini, penelitian mengenai persepsi mahasiswa terhadap produk kosmetik halal menjadi sangat relevan. Sehingga menarik untuk menggali lebih dalam mengenai sikap, pengetahuan dan pengalaman mereka terkait penggunaan produk kosmetik berlabel halal.²⁶ Meskipun mahasiswa cenderung memilih produk halal, banyak dari mereka yang tidak sepenuhnya memahami arti dan pentingnya sertifikasi halal.²⁷ Selain itu fenomena yang terjadi saat ini banyak mahasiswa yang menggunakan produk kosmetik dikarenakan ingin mendapatkan hasil yang instan tanpa memperhatikan keamanan ataupun sertifikasi seperti BPOM ataupun Halal dari produk kosmetik yang mereka gunakan. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian yang dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana mahasiswa memaknai label halal dan faktor faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk kosmetik. Dari hasil penelitian terdahulu mengalami kontradiksi antara penelitian satu dengan yang lain, untuk itu perlu adanya penelitian kembali dengan mengacu pada penelitian terdahulu yang hasilnya berbeda beda. Oleh karena itu,

²⁵ F Sabani and Ilma Latifatul Lutfia, "Penguatan Pendidikan Di Masyarakat Melalui Vitalisasi Pendidikan Non Formal Di Kota Palopo," *Jurnal Sinestesia* 13, no. 1 (2023): 2023, <https://www.sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/323>.

²⁶ Muhammad Ma`ruf and Nina Salamah, "Analysis of the Theory of Planned Behavior on the Use of Halal-Labeled Cosmetics for Students at the University of Islamic Malang," *Journal of Halal Science and Research*, 2023, <https://doi.org/10.12928/jhsr.v4i2.7122>.

²⁷ Saifuddin Saifuddin and Sitti Aisyah, "Millennial Generation Consumer Preferences and Perceptions of Halal Cosmetics (Case Study at Nurul Jadid Islamic Boarding School)," *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2021).

penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali persepsi mahasiswa non muslim terhadap kosmetik halal. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Non-Muslim terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Palopo)”**

B. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan dari pokok masalah agar memudahkan peneliti untuk lebih terarah dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Penelitian ini akan mengkaji tentang Persepsi Mahasiswa Non-Muslim di Kota Palopo terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah untuk penelitian mengenai persepsi mahasiswa non islam terhadap produk kosmetik label halal (studi kasus mahasiswa di kota palopo) dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa non Muslim di Kota Palopo terhadap produk kosmetik berlabel halal?
2. Apa faktor pendukung mahasiswa non Muslim di Kota Palopo dalam memilih produk kosmetik berlabel halal?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa non Muslim di Kota Palopo terhadap produk kosmetik berlabel halal.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung mahasiswa non Muslim di Kota Palopo dalam memilih produk kosmetik berlabel halal.

E. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman bagi peneliti mengenai persepsi mahasiswa non Muslim terhadap produk kosmetik berlabel halal di Kota Palopo.

2. Bagi Fakultas/Jurusan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah mengenai Produk halal.

3. Manfaat praktis

- a. Bagi Produsen

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada produsen kosmetik tentang bagaimana konsumen non-Muslim memandang produk halal, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik bagi segmen pasar kosmetik.

- b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kesadaran di kalangan pelajar dan masyarakat umum tentang

pentingnya memilih produk kosmetik yang bersertifikat halal, tidak hanya dari perspektif agama tetapi juga dari bidang kesehatan dan keamanan. Hal ini sangat relevan mengingat banyaknya produk kosmetik yang beredar di pasaran dengan klaim yang tidak selalu terjamin kesehatan serta keamanannya.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang dikaji oleh penulis “Persepsi Mahasiswa Non Muslim terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswa Kota Palopo)” tentunya tidak terlepas dari penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan referensi penelitian. Adapun penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap produk kosmetik halal yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, antara lain:

1. Dian Arsita W dan Zahrotul Jannah pada tahun 2023 dalam penelitiannya yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Mengenai Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Kudus)”²⁸, jenis penelitiannya dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil Penelitiannya menunjukkan adanya respon positif dari mahasiswa Fakultas Syariah terkait produk kosmetik halal. Mayoritas mahasiswa memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya produk kosmetik halal, dipengaruhi oleh nilai-nilai agama dan kebutuhan akan keamanan produk. Selain itu, mereka beranggapan bahwa penggunaan produk kosmetik halal merupakan bagian dari implementasi gaya hidup halal sesuai dengan ajaran agama Islam. Produk kosmetik yang sudah mendapatkan label halal merupakan persepsi yang paling sering disampaikan karena telah lolos uji BPOM dan mendapat sertifikat halal dari MUI sehingga dapat

²⁸ Dian W Arsita and Zahrotul Jannah, “Persepsi Mahasiswa Mengenai Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Kudus),” *SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law* 2, no. 2 (2023): 73.

dipastikan kandungan zatnya yang aman dan manfaatnya yang sudah terjamin. Penelitian ini memiliki kesamaan fokus pada persepsi mahasiswa terhadap kosmetik halal, tetapi berbeda karakteristik subjek penelitian yang berupa latar belakang agama mahasiswanya.

2. Imas Masitoh pada tahun 2022 dalam penelitiannya “Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim, Dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik)”,²⁹ Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui pendekatan fenomenologis, studi literatur yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari artikel ilmiah dan dokumen terkait. Berdasarkan hasil penelitian yang Imas Masitoh lakukan produk wardah menjadi kosmetik halal yang diminati masyarakat muslim dan masyarakat non-muslim. Yaitu dengan adanya kualitas yang baik, dengan harga terjangkau dan dengan pelayanan yang baik pula terhadap para konsumennya. Halal yang menjadi prioritas masyarakat muslim sehingga kalangan muslim memilih kosmetik halal daripada kosmetik lainnya yang belum ada jaminan halal, sedangkan bagi masyarakat non-muslim kandungan yang terdapat pada produk kosmetik aman dari bahan-bahan berbahaya dan sudah terjamin keamanannya, sehingga wardah menjadi kosmetik yang diminati masyarakat non-muslim karena kosmetik halal sudah pasti aman dan hal tersebut mendukung Kesehatan wajah bagi masyarakat non-muslim. Ada tiga faktor yang membentuk keputusan pembelian kosmetik berlabel

²⁹ Imas Masitoh, “Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim, Dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik),” *Journal Transformation of Mandalika* 3, no. 2 (2022): 28–35, <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/issue/archive>.

halal, yaitu faktor individu, faktor konsep diri, dan faktor sosial-budaya. Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode analisis kualitatif, yang memungkinkan eksplorasi lebih dalam tentang sikap, keyakinan, dan pengalaman individu yang terkait dengan kosmetik halal. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian, dimana Imas Masitoh mencakup populasi Muslim dan non-Muslim, dengan penekanan khusus pada produk Wardah. Sedangkan peneliti secara khusus menargetkan mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo.

3. Kholifatur Rosida dkk pada tahun 2023 dalam penelitiannya, “Analisis Kesadaran Hukum Mahasiswa Tentang Kosmetik Halal: Studi Kasus di IAIN Kudus”³⁰ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Adapun hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa belum banyak mahasiswa Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Kudus yang mengetahui mengenai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Namun umat Muslim lebih mengutamakan kehalalan dikarenakan untuk memenuhi syariat Islam, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam memilih produk yang berlabel halal. Mahasiswa Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Kudus sudah menggunakan kosmetik yang bersertifikasi halal, sehingga konsumen dapat menggunakan kosmetik tersebut dengan aman dan terpercaya. Konsumen juga sangat menekankan pelabelan kosmetik halal, dan lebih berhati-hati untuk memastikan bahwa produk yang digunakan sudah aman dan dapat diandalkan. Label halal

³⁰ Kholifatur Rosida and Fauzi Akbar Wahyudi, “Analisis Kesadaran Hukum Mahasiswa Tentang Kosmetik Halal: Studi Kasus Di IAIN Kudus,” *SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law* 2, no. 2 (2023): 187–98.

ternyata bisa mencuri dan mempengaruhi niat beli konsumen. Para mahasiswa meyakini bahwa sertifikasi halal kosmetik memegang peranan yang sangat penting dan berpengaruh dalam melindungi konsumen dari bahan-bahan berbahaya yang tidak diperbolehkan menurut hukum Islam (haram). Kesadaran ini membuat konsumen untuk lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih kosmetik. Kedua penelitian tersebut sama-sama menggunakan metode kualitatif, tetapi keduanya berfokus pada subjek yang berbeda. Kholifatur Rosida dan rekan-rekannya lebih berkonsentrasi pada mahasiswa Muslim dan kesadaran mereka terhadap peraturan halal, khususnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Sedangkan peneliti menyoroti bagaimana mahasiswa non-Muslim memandang produk halal sebagai produk yang aman dan dapat diandalkan.

4. Siti Khodijah, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto pada tahun 2022 dalam penelitiannya, "Implementasi Bauran Pemasaran Syariah pada Kosmetik Berlabel Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen"³¹ Jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif dengan sumber data yaitu data sekunder, berupa kajian kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu dengan adanya strategi yang baik terhadap bauran pemasaran seperti meningkatkan kualitas produk, harga yang terjangkau, strategi promosi yang menarik dan distribusi yang lancar akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk atau barang.. Penelitian ini sama-

³¹ Siti Khodijah, Muhammad Iqbal Fasa, and Surahto, "Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Islamic Economics and Business Review* 1, no. 1 (2023): 132–44.

sama sama-sama berfokus pada produk kosmetik halal dan menggunakan metode kualitatif. Akan tetapi, keduanya berbeda dalam subjek penelitiannya, Penelitian Siti Khodijah dkk meneliti bagaimana bauran pemasaran memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada kosmetik halal. Sedangkan peneliti melihat persepsi mahasiswa non-Muslim terhadap kosmetik label halal.

5. Agus Alimuddin, Lisda Aisyah, Risa Alvia pada tahun 2022 dalam penelitiannya yang berjudul “Persepsi Santriwati Dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal”³² Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan sosiologis ekonomi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal dalam kosmetik yang beredar di pasaran memberikan pilihan minat membeli sehingga dengan sikap bahwa adanya beberapa peran yang terjadi didalam sertifikasi halal diantaranya peran identitas agama, sikap, norma subjektif atau dan *perceived behaviour control* yang dapat menghasilkan peran positif atau negatif dalam minat pembelian produk.. Kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada produk halal dan penggunaan metode kualitatif untuk menggali pemahaman konsumen.. Namun, perbedaannya terletak pada subjek penelitian, penelitian Agus Alimuddin dkk lebih spesifik pada santriwati dengan pendekatan sosiologis ekonomi yang mengeksplorasi peran identitas agama dan norma subjektif dalam keputusan pembelian. Sedangkan peneliti fokus pada

³² Agus Alimuddin, Lisda Aisyah, and Risa Alvia, “Persepsi Santriwati Dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal,” *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (2022): 83–96, www.halalmui.org.

bagaimana mahasiswa non muslim melihat produk halal, menekankan pada faktor sosial dan komunikasi yang membentuk pandangan mereka.

B. Deskripsi Teori

1. Persepsi

a. Definisi Persepsi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu; proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya. Menurut Sarlito Wirawan Sarwono dalam Linda Bartoshuk³³, persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir sesuatu pengamatan, kemampuan tersebut antara lain: kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan, dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan. Sedangkan menurut Leavit yang di ambil dari Ahmad Wakhid Khasyim, persepsi memiliki pengertian dalam arti sempit dan arti luas. Dalam arti sempit persepsi yaitu pengelihatannya bagaimana seseorang melihat sesuatu, dan dalam arti luas persepsi yaitu pandangan atau pengertian, bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.³⁴

³³ Linda M. Bartoshuk, "Sensation and Perception," *The Cambridge Handbook of the Intellectual History of Psychology*, 2019, 88–110, <https://doi.org/10.1017/9781108290876.005>.

³⁴ Ahmad Wakhid Hasyim, "Persepsi Siswa Terhadap Metode Pengajaran Guru Dalam Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di MTs Ma'arif Pengempon, Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen" (Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU Kebumen), 2024).

Istilah persepsi sering disebut juga dengan pandangan, gambaran, atau anggapan, sebab dalam persepsi terdapat tanggapan seseorang mengenai satu hal atau objek. Pengertian persepsi menurut para ahli:

- 1) Menurut Bimo Walgito dalam Faishol Achmad³⁵ pengertian persepsi merupakan suatu proses yang diawali dengan penginderaan. Artinya, persepsi melibatkan bagaimana individu menerima rangsangan melalui inderanya, yang juga dikenal sebagai proses sensori.
- 2) Menurut Slameto dalam Farmawati³⁶ persepsi adalah proses yang menyangkut masuknyapesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.
- 3) Menurut Robbins dalam Paridawati³⁷ yang mendeskripsikan bahwa persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.

³⁵ Achmad Faisal, "Persepsi Siswa-Siswi Terhadap Guru Pai Yang Ideal Di Smk Zainul Muin Kalisat Jember," *Ibadatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 02 (2023): 272–89.

³⁶ Yuliana Farwati, Sri Susanty, and Uwi Martayadi, "Minat Siswa Smk Negeri 1 Sikur Terhadap Minat Kuliah Di Perguruan Tinggi Pariwisata," *Journal Of Responsible Tourism* 4, no. 2 (2024): 491–98.

³⁷ Ita Paridawati, Musnar Indra Daulay, and Rizki Amalia, "Persepsi Orangtua Terhadap Penggunaan Smartphone Pada Anak Usia Dini Di Desa Indrasakti Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar," *Journal on Teacher Education* 2, no. 2 (2021): 28–34.

- 4) Menurut Purwodarminto dalam Mashuri³⁸, persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan.
- 5) Dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.³⁹

Berdasarkan pendapat para ahli sebagaimana dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan demikian, secara sederhana persepsi dapat dikatakan suatu proses penerimaan informasi melalui indra yang kemudian diproses dan dimaknai oleh individu yang selanjutnya tercermin dalam sikapnya ketika merespon informasi tersebut.⁴⁰

b. Jenis jenis persepsi

Hasil dari interaksi atau interpretasi informasi mengenai objek-objek tersebut dapat ditransformasikan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Persepsi Positif, Persepsi ini mencerminkan semua pengetahuan (apakah seseorang tahu atau mengenal) dan tindakan yang ditunjukkan dengan sikap aktif atau dukungan terhadap objek yang dipersepsikan.

³⁸ Mashuri Toha and Jumari Jumari, "Persepsi Mahasantri Pada Produk Dan Jasa Online Shop Shopee (Studi Kasus: Mahasantri Intensif Idia Preduan)," *Al Mashaadir: Jurnal Ilmu Syariah* 2, no. 1 (2021): 49–57.

³⁹ Alvian Arsena, Erik Aditia Ismaya, and Muhammad Noor Ahsin, "Persepsi Orang Tua Dalam Pembelajaran Daring Di Dukuh Beji Selama Pandemi Covid-19," *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 20, no. 2 (2022): 141–49.

⁴⁰ Nyayu Soraya, "Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kompetensi Dosen Dalam Mengajar Pada Program Studi PAI Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Raden Fatah Palembang," *Tadrib* 4, no. 1 (2018): 183–204.

2. Persepsi Negatif, Persepsi ini mencerminkan semua pengetahuan (apakah seseorang tahu atau mengenal) dan reaksi yang tidak sejalan dengan objek yang dipersepsikan. Hal ini akan diikuti dengan sikap menolak atau menentang objek tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik atau buruknya persepsi akan selalu berpengaruh pada keputusan seseorang dalam mengambil tindakan. Munculnya persepsi positif atau negatif sangat bergantung pada cara individu menggambarkan pengetahuan atau penilaiannya terhadap objek yang dipersepsikan.⁴¹

c. Faktor faktor persepsi

Menurut Miftah Thoha dalam Payabadar, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut. Faktor-faktor dari luar terdiri dari pengaruh lingkungan luar antara lain: intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan, gerakan, dan hal-hal yang baru.⁴²

- 1) Intensitas : Prinsip intensitas dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa semakin besar intensitas stimulus dari luar, layaknya semakin besar pula hal-hal itu dapat dipahami.
- 2) Ukuran : Faktor ini sangat dekat dengan prinsip intensitas. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besar ukuran sesuatu obyek, maka semakin mudah untuk bisa diketahui atau dipahami.

⁴¹ Tidy Mutiara Lestari Sudarminto Putri And Nova Scoviana, "Beginning Voter's Views On Party Political Communication," *Journal Of Humanities And Social Studies* 2, no. 02 (2024): 368–74.

⁴² Fitri Payabadar and Husni Thamrin, "Persepsi Masyarakat Terhadap Perkembangan Produk Perbankan Dan IKNB Syariah Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (2022): 12–23.

- 3) Keberlawanan atau kontras : Prinsip keberlawanan ini menyatakan bahwa stimulasi yang penampilannya berlawanan dengan latar belakangnya atau sekelilingnya atau yang sama sekali diluar sangkaan orang banyak, akan menarik banyak perhatian.
- 4) Pengulangan (repetition): Stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan yang sekali dilihat.
- 5) Gerakan (moving): Prinsip gerakan ini antaranya menyatakan bahwa orang akan memberikan banyak perhatian terhadap obyek yang bergerak dalam jangkauan pandangannya dibandingkan dari obyek yang diam.
- 6) Baru : Prinsip ini menyatakan bahwa baik situasi eksternal yang baru maupun yang sudah dikenal dapat dipergunakan sebagai penarik perhatian. Obyek atau peristiwa baru dalam tatanan yang sudah dikenal, atau obyek atau peristiwa yang sudah dikenal dalam tatanan yang baru akan menarik perhatian pengamat.

Faktor-faktor dari dalam (Internal Set Factors) Beberapa faktor dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi proses seleksi persepsi antara lain: proses belajar (learning), motivasi, dan kepribadiannya

- 1) Belajar atau pemahaman learning : Semua faktor-faktor dari dalam yang membentuk adanya perhatian kepada sesuatu obyek, sehingga menimbulkan adanya persepsi didasarkan dari kekomplekan kejiwaan. Kekomplekan kejiwaan ini selaras dengan proses pemahaman atau belajar (learning).
- 2) Motivasi : Motivasi mempunyai dampak yang amat penting dalam proses pemilihan persepsi. Seseorang yang haus kekuasaan, butuh afiliasi, dan

memerlukan pencapaian hasil akan lebih besar perhatiannya pada variabel-variabel situasi yang relevan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi mempunyai pengaruh yang besar pada motivasi atau sebaliknya.

- 3) Kepribadian : Unsur ini amat erat hubungannya dengan proses belajar dan motivasi yang mempunyai akibat tentang apa yang diperhatikan dalam menghadapi suatu situasi. Kepribadian dapat memberikan dampak terhadap cara seseorang melakukan persepsi pada lingkungan di sekitarnya.⁴³

d. Indikator persepsi

Persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian dianalisis (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna. Pendapat Robbins lebih melengkapinya pendapat-pendapat sebelumnya, yaitu adanya unsur-unsur evaluasi atau penilaian terhadap objek persepsi. Robbins menetapkan indikator-indikator persepsi menjadi dua macam, yaitu:⁴⁴

- 1) Penerimaan proses, penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi dalam tahap fisiologis, yaitu berfungsinya indera untuk menangkap rangsang dari luar.
- 2) Evaluasi, rangsang-rangsang dari luar yang telah ditangkap indera, kemudian dievaluasi oleh individu. Evaluasi ini sangat subjektif. Individu yang satu menilai suatu rangsang sebagai sesuatu yang sulit dan membosankan. Tetapi

⁴³ Miftah Thoha, "Perilaku Organisasi: Konsep Dasar Dan Aplikasinya / Oleh Miftah Thoha," 2014, <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:178438169>

⁴⁴ Robbins, "Perilaku Organisasi (Diana Angelica, Ria Cahyani, Abdul Rosyid, Penerjemah)," 2008.89

individu yang lain menilai rangsang yang sama tersebut sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan.⁴⁵

Sedangkan indikator persepsi menurut Bimo Walgito antara lain:

- 1) Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu, Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati. Di dalam otak terkumpul Gambaran gambaran atau kesan-kesan, baik yang lama maupun yang baru saja terbentuk. Jelas tidaknya gambaran tersebut tergantung dari jelas tidaknya rangsang, normalitas alat indera dan waktu, baru saja atau sudah lama.
- 2) Pengertian atau pemahaman, Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolongkan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pengertian atau pemahaman tersebut sangat unik dan cepat. pengertian yang terbentuk tergantung juga pada gambaran-gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya (disebut apersepsi).
- 3) Penilaian atau evaluasi, Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. Evaluasi ini dapat mencerminkan

⁴⁵ Adnan Achiruddin Saleh, Pengantar Psikologi, (Makassar: Aksara Timur, 2018), 6.

pemahaman belaka atau rasa ingin tahu yang sederhana. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama, oleh karena itu persepsi bersifat individual. Persepsi individu mengacu pada proses yang memungkinkan mereka untuk mengetahui dan berpikir, serta mengevaluasi kualitas dan keadaan internal orang lain.⁴⁶

2. Kosmetik

a. Pengertian Kosmetik

Kosmetika Merujuk pada produk atau bahan yang digunakan untuk memperindah wajah, kulit, rambut, dan bagian tubuh lainnya, seperti bedak dan lipstik. Istilah kosmetika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *kosmetikos*, yang berarti "kemampuan dalam menghias."⁴⁷ Kosmetik merupakan segala aspek yang berhubungan dengan kulit dan tubuh, yang mempunyai fungsi untuk membersihkan, memelihara, melindungi, mempertahankan integritas kulit serta mempercantik, memperbaiki, dan mengubah penampilan seseorang.⁴⁸ Kosmetik memiliki peran yang signifikan dalam aspek kecantikan dan kesehatan. Produk kosmetik tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penampilan, tetapi juga untuk menjaga kesehatan dan kebersihan tubuh. Selain itu, kosmetik berperan dalam melindungi kulit dari kerusakan yang disebabkan oleh faktor lingkungan.

⁴⁶ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI, 2010.87-89

⁴⁷ Aldes Karuniawaty and Neneng Siti Silfi Ambarwati, "The Relationship of Knowledge Level of Cosmetics with Avoidance Behavior Against Cosmetics Containing Rhodamine-B.," *Jurnal Tata Rias* 11, no. 2 (2021): 1–12.

⁴⁸ Ripah Saripah, "Pengaruh Promosi Penjualan, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Konsumen Muslim" (Universitas Siliwangi, 2023).

Penting untuk memilih kosmetik dengan hati-hati, karena kesalahan dalam pemilihan dapat mengakibatkan berbagai masalah. Penggunaan kosmetik yang tidak tepat atau palsu dapat menyebabkan efek negatif, seperti perubahan warna kulit yang dapat berujung pada munculnya bintik hitam, alergi, iritasi, kemerahan, serta sensasi nyeri dan terbakar pada kulit.⁴⁹

b. Penggolongan Kosmetik

Perkembangan teknologi di bidang kosmetik membuat produk-produk yang ada di pasaran jadi sangat banyak. Banyaknya produk ini bisa dibedakan berdasarkan kategori-kategorinya. Berikut ini beberapa kategori kosmetik yang ada.:⁵⁰

1. Menurut bahan yang digunakan

Kosmetik bisa dibagi jadi tiga kategori berdasarkan bahan dan cara pembuatannya:

- a. **Kosmetik tradisional** merupakan produk alami yang dibuat dari bahan-bahan alami dan mengikuti resep yang sudah ada sejak lama. Contohnya adalah mangir lurus.
- b. **Kosmetik semi tradisional** merupakan kosmetik tradisional yang diolah dan diproduksi dengan cara modern, dan diberi bahan pengawet agar kosmetik tahan lama.

⁴⁹ Kadek Julia Mahadewi, "Urgensi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Penyebaran Kosmetik Palsu Di Kabupaten Buleleng," *Jurnal Darma Agung* 32, no. 2 (2024): 962–70.

⁵⁰ Badriyyatus Sholikhah, Resfa Fitri, and Yekti Mahanani, "Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal MUI Pada Generasi Millennial," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 2 (2021): 193–211.

- c. **Kosmetik modern** merupakan produk yang diproduksi oleh industri kosmetik, dibuat melalui formulasi di laboratorium dan mengandung bahan kimia, termasuk bahan-bahan yang ditambahkan untuk memperpanjang masa simpan produk tersebut.

2. Menurut Kegunaan Bagi Kulit

a. Kosmetik perawatan kulit (skin-care cosmetics)

Ada beberapa jenis kosmetik yang penting untuk menjaga kebersihan dan kesehatan kulit. Misalnya, untuk melembabkan kulit, kita bisa menggunakan pelembab seperti krim pelembab, krim malam, atau krim anti kerut. Untuk membersihkan kulit, ada kosmetik seperti sabun pembersih, susu pembersih, dan toner. Selain itu, ada juga kosmetik pelindung seperti krim tabir surya dan foundation. Terakhir, untuk eksfoliasi, kita bisa menggunakan scrub dan masker.

b. Kosmetik riasan (dekoratif)

Jenis ini penting untuk makeup dan menutupi kekurangan pada kulit, sehingga bisa membuat penampilan menjadi lebih menarik dan memberikan efek psikologis yang positif, seperti meningkatkan rasa percaya diri. Dalam dunia kosmetik, zat pewarna dan pewangi memiliki peran yang sangat signifikan.

c. Kosmetik pengobatan (cosmedics)

Secara umum, kosmetik pengobatan (cosmedics) yang dapat membantu mengatasi masalah kulit dan bagian-bagiannya meliputi: produk untuk menangani penuaan kulit, khususnya penuaan yang terjadi lebih

cepat dari seharusnya (penuaan dini). Selain itu, ada juga kosmetik pengobatan yang ditujukan untuk mengatasi masalah kulit seperti jerawat dan bercak-bercak hitam (hiperpigmentasi).⁵¹

3. Label Halal

a. Pengertian Label Halal

Label merupakan elemen penting dalam kemasan produk yang memberikan informasi kepada konsumen mengenai isi, penggunaan, dan karakteristik produk tersebut.⁵² Label halal ini merupakan jaminan dari lembaga yang berwenang, seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). LPPOM-MUI bertugas untuk melakukan audit dan pengujian terhadap produk-produk yang ingin mendapatkan sertifikasi halal. Proses ini meliputi pemeriksaan terhadap bahan baku, proses produksi, serta kebersihan dan keamanan produk.⁵³

Pengertian Halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.⁵⁴ Pemeriksaan pangan halal adalah pemeriksaan tentang keadaan dan tambahan dan bahan penolong serta proses

⁵¹ Miss Chanadani Kamble et al., "Cosmetics Science," *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*, 2022, 289–308, <https://doi.org/10.48175/ijarsct-7689>.

⁵² Noviarana Dwi Prayusi and E Andriani, "The Role of Food Product Packaging Labels on Product Purchase Interest," *Bulletin of Culinary Art and Hospitality*, 2023, <https://doi.org/10.17977/um069v2i22022p57-60>.

⁵³ Amalia Yunia Rahmawati, "Tingkat Pengetahuan Mahasiswi Universitas Sahid Surakarta Terhadap Efek Penggunaan Kosmetik Pemutih" (Universitas Sahid Surakarta, 2020).

⁵⁴ Devid Frastiawan Amir Sup et al., "Dinamika Regulasi Sertifikasi Halal Di Indonesia," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 10, no. 1 (2020): 36–44.

produksi, personalia dan peralatan produksi, sistem manajemen halal dan hal-hal lain yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan produksi pangan halal.⁵⁵

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan motor kode dari Menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksaan halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal dari MUI, sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah.⁵⁶ Dengan adanya label halal, konsumen dapat merasa lebih tenang dan yakin bahwa produk yang mereka konsumsi tidak hanya aman, tetapi juga sesuai dengan ajaran agama mereka. Selain itu, label halal juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Di pasar yang semakin kompetitif, produk yang memiliki sertifikasi halal sering kali lebih diminati oleh konsumen Muslim, yang mencari jaminan bahwa produk yang mereka pilih tidak hanya berkualitas, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai agama mereka⁵⁷

⁵⁵ Menteri Agama R.I, "Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan Penetapan Pangan Halal", (Jakarta 2001)

⁵⁶ Saleh Sitompul and STIEI Medan, "Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating," *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, no. 1 (2021): 51–64.

⁵⁷ Muhammad Rajab Ardiansyah, "Dampak Sertifikat Halal Dan Kebersihan Terhadap Tingkat Konsumsi Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervensi," *JUMBA* 2, no. 2 (2024).



Gambar 2. 1 Logo Halal

b. Syarat syarat produk halal

Ustadz Amin dalam Fasiha menjelaskan bahwa konsumen muslim perlu memiliki pemahaman dan kesadaran untuk memastikan bahwa bahan baku yang digunakan serta alat yang digunakan dalam produk yang mereka konsumsi adalah halal.⁵⁸

Produk halal harus memenuhi kriteria kehahalan sesuai dengan ajaran Islam, yaitu:

- 1) Tidak mengandung daging babi atau bahan yang berasal dari babi.
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan terlarang seperti yang berasal dari organ tubuh manusia, darah, kotoran, dan sejenisnya.
- 3) Semua bahan yang berasal dari hewan halal harus diolah sesuai dengan prosedur syariat Islam.
- 4) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, dan transportasi tidak boleh pernah digunakan untuk babi atau barang haram lainnya. Jika pernah, harus dibersihkan sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

⁵⁸ FASIHA FASIHA et al., "Halal Labelisation of Haram Food in Makale Toraja," *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2019): 23, <https://doi.org/10.15548/maqdis.v4i1.208>.

- 5) Semua makanan dan minuman harus bebas dari khamr.⁵⁹

c. Indikator Label Halal

Indikator Label Halal mengacu pada informasi yang wajib ada pada label suatu produk yang sudah dinyatakan halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sesuai dengan Peraturan Pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label produk makanan harus memuat informasi yang disampaikan dalam bentuk gambar, tulisan, atau kombinasi keduanya yang terpasang pada kemasan makanan. Untuk label halal, berikut adalah indikator yang harus ada:

- 1) Gambar: Label halal dapat memuat gambar-gambar yang relevan, seperti logo halal, simbol halal, atau tanda lain yang menunjukkan bahwa produk telah terverifikasi halal oleh MUI.
- 2) Tulisan: Label harus mencantumkan keterangan yang jelas dan mudah dibaca mengenai status halal produk. Ini bisa berupa kata "Halal" dalam bahasa yang dimengerti atau menggunakan huruf Arab.
- 3) Kombinasi gambar dan tulisan: Label juga dapat berupa kombinasi gambar dan tulisan yang memberikan informasi menyeluruh tentang kehalalan produk.
- 4) Label halal harus dipasang dengan rapi dan tidak mudah hilang, lepas, atau rusak. Ini bertujuan agar label tersebut selalu terlihat dan dapat dipercaya oleh konsumen.⁶⁰

⁵⁹ Umbarani. E. M and Fakhruddin. A, "Konsep Mempercantik Diri Dalam Prespektif Islam Dan Sains," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 82.

Perlu diingat bahwa pemberian label halal harus melalui pemeriksaan dan sertifikasi dari lembaga yang ditunjuk oleh MUI. Meskipun produk sudah berlabel halal, MUI bisa saja mencabut sertifikat tersebut jika ditemukan bahan haram setelah dilakukan pemeriksaan lebih lanjut.⁶¹

Tak hanya itu, setiap produk yang sudah mendapatkan sertifikat halal wajib memperbarui sertifikat tersebut setiap dua tahun. Jika pabrikan tidak memperpanjang waktu yang tepat, produk itu tidak lagi dianggap halal, dan tanggung jawab kehalalan produk berada di luar MUI. Bagi masyarakat yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang produk-produk yang sudah mendapat sertifikat halal dari MUI dan masa berlakunya, bisa cek Jurnal Halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Jurnal ini mencantumkan daftar produk halal beserta informasi perusahaan yang sudah mendapatkan sertifikat halal tersebut.⁶²

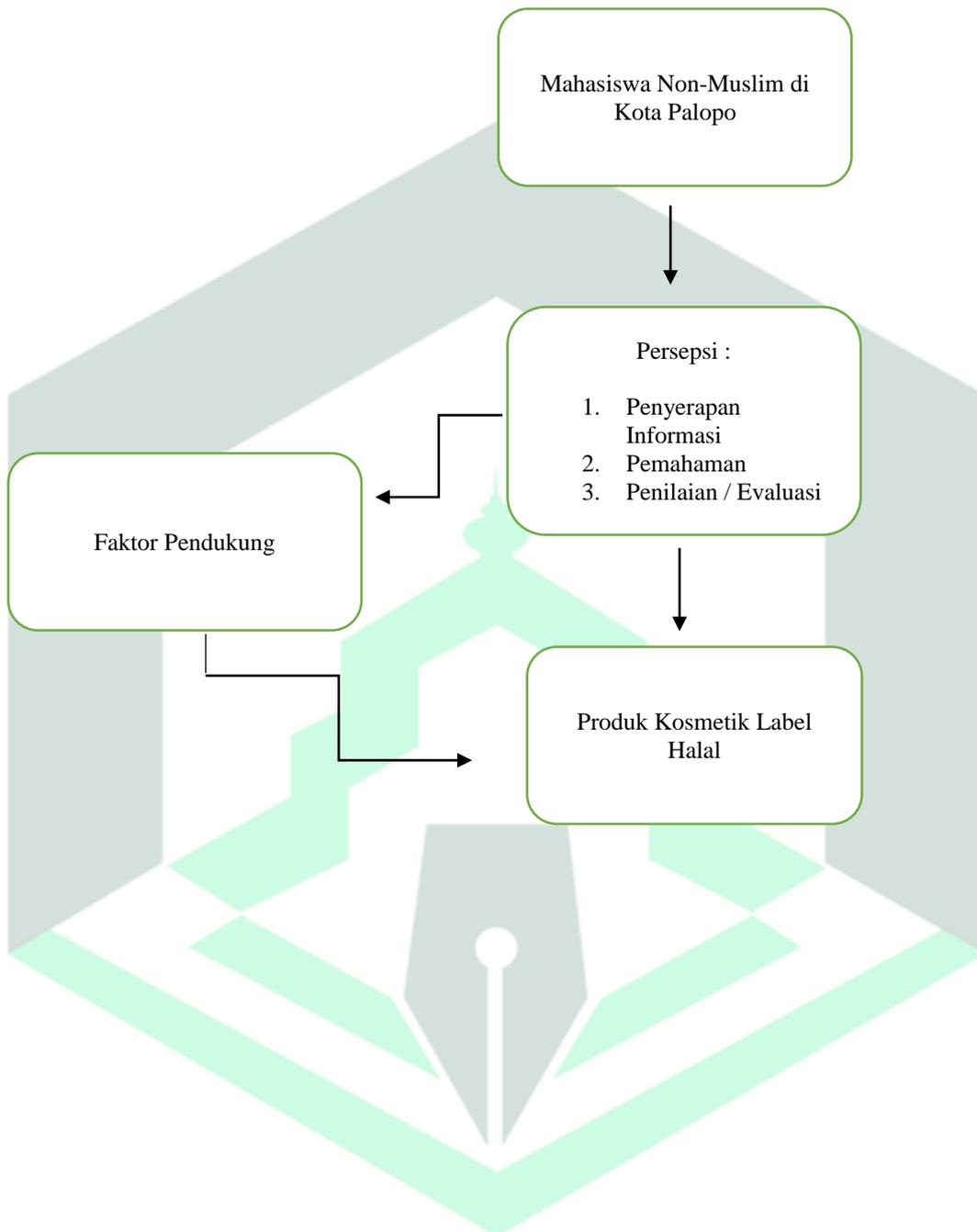
C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir adalah dasar pemikiran suatu penelitian yang disusun dari fakta-fakta dasar, pengamatan, dan tinjauan pustaka, yang nantinya dijadikan landasan dalam menulis karya tulis ilmiah. Pada dasarnya, kerangka pikir ini dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep dari penelitian. Adapun kerangka pikirnya yaitu:

⁶⁰ Muhammad Iqbal and Safarul Aufa, "Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 9, no. 2 (2023): 47–64.

⁶¹ fachrul Marasabessy, "Pertanggungjawaban Hukum Mui Dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Produk Haram Yang Terlanjur Beredar," *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 1, no. 2 (2022): 116–35.

⁶² Zusi Eka Fitri and Aji Jumiono, "Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan," *Jurnal Ilmiah Pangan Halal* 3, no. 2 (2021): 1–7, <https://doi.org/10.30997/jiph.v3i2.9676>.

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Metode kualitatif berfokus pada pengembangan konsep, pemahaman, teori, dan kondisi lapangan, sekaligus menggambarkan realitas yang kompleks. Jenis penelitian ini ingin mengeksplorasi dan mengungkapkan suatu situasi atau objek dalam konteksnya untuk menemukan makna atau wawasan yang lebih dalam tentang suatu isu tertentu. Analisis deskriptif adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data sebagaimana adanya dalam kenyataan. Data ini kemudian diorganisasikan, diproses, dan dianalisis untuk memberikan pemahaman tentang masalah yang sedang dihadapi.⁶³

Peneliti memilih metode kualitatif karena dalam penelitian ini peneliti lebih menitikberatkan pada wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga jenis penelitian kualitatif menjadi jenis penelitian yang tepat karena selama proses penelitian, peneliti lebih sering dalam berinteraksi bersama fakta-fakta yang diteliti.

B. Fokus Penelitian

Memfokuskan dapat dipahami sebagai proses memilih atau mendefinisikan isu tertentu yang menarik dan menguraikan masalah yang luas menjadi masalah yang lebih rinci. Kebaruan informasi dapat melibatkan upaya

⁶³ Marinu Waruwu, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023): 2896–2910.

untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan mendalam tentang kosmetik halal. Fokus sejati dalam penelitian kualitatif muncul setelah peneliti terlibat dalam apa yang dikenal sebagai eksplorasi umum. Melalui eksplorasi ini, peneliti memperoleh gambaran umum tentang informasi terkait kosmetik halal di lapangan, yang kemudian memerlukan pemilihan fokus penelitian.⁶⁴

Fokus penelitian sangat penting untuk mempersempit masalah yang berkaitan dengan objek penelitian, membantu peneliti menghindari kewalahan oleh banyaknya data yang dikumpulkan di lapangan. Penentuan fokus penelitian didasarkan pada kebaruan informasi yang akan dikumpulkan dari lingkungan tertentu. Pendekatan ini membantu membatasi studi kualitatif dan menyempurnakan penelitian, memungkinkan pemilihan data yang relevan sambil membuang apa yang tidak relevan. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi mahasiswa non muslim yang ada di Kota Palopo terhadap produk kosmetik berlabel halal.

C. Definisi Istilah

Definisi istilah diberikan untuk memperjelas beberapa konsep yang digunakan dalam judul penelitian ini. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman di antara para pembaca mengenai isi dan makna penelitian ini. Istilah-istilah yang digunakan adalah sebagai berikut :

⁶⁴ Moun Erland, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2020).

1. Persepsi

Persepsi adalah suatu proses penerimaan informasi melalui indra yang kemudian diproses dan dimaknai oleh individu yang selanjutnya tercermin dalam sikapnya ketika merespon informasi tersebut.

2. Mahasiswa Non Muslim

Mahasiswa adalah individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi yang beragama selain islam.

3. Produk Kosmetik

Kosmetik adalah segala aspek yang berhubungan dengan kulit dan tubuh, yang mempunyai fungsi untuk membersihkan, memelihara, melindungi, mempertahankan integritas kulit serta mempercantik, memperbaiki, dan mengubah penampilan seseorang.

4. Label Halal

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan motor kode dari Menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksaan halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal dari MUI, sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah.

5. Faktor Pendorong

Faktor pendorong adalah faktor yang mendorong sehingga memperkuat terjadinya perilaku. Faktor ini meliputi kesadaran akan keamanan, di mana produk halal dianggap lebih aman karena terhindar dari bahan berbahaya.

D. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami pengalaman, pandangan, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo dalam menggunakan kosmetik berlabel halal. Jenis penelitian yang dipilih adalah studi kasus, yaitu penelitian yang mendalam terhadap individu atau kelompok tertentu dalam situasi nyata untuk memahami fenomena secara menyeluruh. Mahasiswa non-Muslim dipilih sebagai subjek karena mereka bukan sasaran utama produk kosmetik halal, sehingga penelitian ini bisa menggali bagaimana mereka memahami konsep halal, apa yang memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk, serta apakah label halal berpengaruh terhadap kepercayaan dan preferensi mereka. Studi kasus ini memungkinkan analisis lebih dalam mengenai alasan Mahasiswa non-Muslim dalam memilih dan menggunakan produk kosmetik tertentu, dengan metode pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas..

E. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penelitian langsung yang dilakukan

terhadap responden terkait, khususnya mahasiswa non-muslim di Kota Palopo.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

1. Data Primer Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari responden (Subjek Penelitian). Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara langsung dengan informan yang merupakan mahasiswa non-muslim di Kota Palopo.
2. Data Sekunder Data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, buku-buku, ayat-ayat Al-Qur'an, dan hadis-hadits yang berkaitan dengan judul penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, *the researcher is the key instrument* atau dengan kata lain yang menjadi instrumen utamanya adalah peneliti itu sendiri. Jadi penelitian ini berfungsi menetapkan masalah, meneliti narasumber sebagai sumber data, menilai dari kualitas data, menganalisis data, dan mengartikan data serta menyimpulkan data yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi. Instrumen ini bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan pembahasan dalam penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut;

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini digunakan dengan cara mengumpulkan data melalui pengamatan secara langsung mengenai objek dan sumber penelitian. Metode ini penulis gunakan sebagai langkah awal untuk mengetahui kondisi objektif mengenai objek penelitian agar mendapatkan informasi yang akurat.

Tabel 3. 1 Pedoman Observasi

NO	Aspek yang diobservasi
1	Mengamati penggunaan produk kosmetik di kalangan mahasiswa non muslim.
2	Memantau pemilihan produk kosmetik oleh mahasiswa non muslim.
3	Mengamati merek kosmetik halal yang populer di kalangan mahasiswa non muslim.
4	Mengamati sejauh mana label halal diperhatikan ketika mahasiswa non muslim membeli produk kosmetik.
5	Mengamati pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal.
6	Mengamati mahasiswa non muslim merespons iklan atau promosi produk kosmetik halal.
7	Mengamati lingkungan sosial mahasiswa non muslim yang mempengaruhi pilihan kosmetik.
8	Mengobservasi sikap mahasiswa non muslim terhadap produk kosmetik berlabel halal.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan tanya jawab langsung kepada pihak terkait untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Metode wawancara dilakukan dengan tanya jawab secara lisan mengenai masalah-masalah yang ada dengan berpedoman pada draf pertanyaan sebagai rujukan yang telah dirumuskan sebelumnya.

Tabel 3. 2 Pedoman Instrumen Wawancara

NO	Aspek	Komponen
1	Kosmetik berlabel halal	1. Logo label halal 2. Nomor Sertifikat halal 3. Informasi komposisi bahan 4. Klaim halal 5. Tanggal kadaluarsa 6. Jenis atau fungsi produk 7. Nama dan Alamat produsen 8. Nomor BPOM
2	Persepsi Mahasiswa Non Muslim terhadap Produk Kosmetik Label Halal	1. Penyerapan informasi 2. Pemahaman 3. Penilaian/ Evaluasi
3	Faktor Pendukung	1. Faktor lingkungan sosial 2. Faktor Kesehatan dan keamanan 3. Faktor lingkungan hidup (tidak diuji pada hewan (<i>cruelty-free</i>) dan ramah lingkungan) 4. Faktor harga dan ketersediaan 5. Faktor desain kemasan 6. Faktor pengalaman pribadi
3.	Dokumentasi	Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan atau pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.
4.	Literatur	Literatur dalam penelitian ini digunakan dengan membaca dan mengutip dari buku-buku yang ada kaitannya dengan penelitian khususnya dalam bidang kosmetik halal.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian yang dilakukan penulis, teknik untuk memverifikasi kebenaran data adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi merujuk

pada pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai metode, dan berbagai waktu. Berikut diantaranya:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber bertujuan untuk memvalidasi keakuratan data dengan memeriksa informasi dari beberapa sumber berbeda. Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah beberapa mahasiswa non-Musim yang tersebar di beberapa perguruan tinggi di kota Palopo. Masing masing perwakilan dari 5 perguruan tinggi yaitu Universitas Cokroaminoto, Universitas Andi Djemma, Universitas Muhammadiyah, Universitas Kurnia Jaya Persada, dan Universitas Mega Buana.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan mengumpulkan Informasi dari sumber yang sama, tetapi dengan menggunakan teknik yang berbeda. Penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan memeriksa data melalui wawancara, observasi atau teknik lain pada waktu dan situasi yang berbeda. Di mana dilakukan secara berulang-ulang untuk mencapai kepastian data. Peneliti melakukan pengumpulan data pada dua periode waktu yakni pagi dan sore.

I. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Yang mana metode dekriptif kualitatif mendeskripsikan serta

menganalisis data yang telah didapatkan dan selanjutnya di jabarkan dalam bentuk penjelasan yang sebenarnya.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis model Miles dan Huberman, yaitu:

1. Koleksi Data

Koleksi data yaitu mengumpulkan data-data yang diperlukan sekaligus mengukur informasi dari berbagai sumber agar bisa mendapatkan gambaran lengkap yang akurat mengenai topik atau permasalahan tertentu.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti terjun ke lapangan, maka data yang didapatkan akan semakin banyak. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal perlu yang dianggap penting.

3. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori flowchart dan sejenisnya.

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan

konsisten saat peneliti kembali mengumpulkan data ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁶⁵



⁶⁵ Rika Safitri, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed Method)* (S. P. Cici Rahayu (ED.); Pertama) (Hidayatul Quran, 2019).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Perguruan Tinggi di Kota Palopo

Kota Palopo merupakan salah satu kota di Provinsi Sulawesi Selatan yang terus berkembang di berbagai sektor, termasuk pendidikan tinggi. Kota Palopo memiliki beberapa perguruan tinggi yang menarik minat mahasiswa dari berbagai daerah. Pertumbuhan perguruan tinggi di kota ini mencerminkan tingginya minat masyarakat untuk menempuh pendidikan tinggi, serta upaya pemerintah dan lembaga akademis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan adanya beberapa perguruan tinggi, Kota Palopo tidak hanya menjadi pusat kegiatan akademis, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan sosial di sekitarnya. Keberadaan institusi pendidikan ini memberikan dampak positif dalam mencetak lulusan yang kompeten dan siap bersaing di dunia kerja.

Tabel 4. 1 Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Agama dan Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Menurut Kecamatan di Kota Palopo, 2023

Kecamatan	Jumlah Perguruan Tinggi		Jumlah Mahasiswa		Jumlah Tenaga Pendidik	
	Negeri	Swasta	Negeri	Swasta	Negeri	Swasta
Wara Selatan		4		5.766		232
Sendana						
Wara Timur		3		14.796		496
Mungkajang		2				
Wara Utara		4		6.287		279
Bara Telluwanua	1		9.537		197	

Wara Barat			
PALOPO	14	36.386	1.177

Sumber: BPS Kota Palopo dalam angka 2024

Data yang diperoleh dari BPS Kota Palopo dalam angka 2024 menunjukkan bahwa total perguruan tinggi yang ada di Kota Palopo sebanyak 14 perguruan tinggi Dimana 13 perguruan tinggi swasta dan 1 perguruan tinggi negeri. Jumlah mahasiswa yang ada di Kota Palopo berjumlah 36.386 mahasiswa yakni 26.849 mahasiswa perguruan tinggi swasta dan 9.537 mahasiswa perguruan tinggi negeri. Serta jumlah tenaga pendidik sejumlah 1.177 tenaga pendidik yakni 980 pada perguruan tinggi swasta dan 197 pada perguruan tinggi negeri.

Tabel 4. 2 Jumlah Mahasiswa Non Muslim

NO	NAMA UNIVERSITAS	JUMLAH MAHASISWA NON MUSLIM
1	Universitas Cokroaminoto Palopo	665 Mahasiswa
2	Universitas Andi Djemma	1.348 Mahasiswa
3	Universitas Muhammadiyah Palopo	54 Mahasiswa
4	Universitas Mega Buana Palopo	206 Mahasiswa
5	Universitas Kurnia Jaya Persada	112 Mahasiswa

Sumber : Hasil Observasi Tanggal 13 Desember 2024

b. Identitas Informan Penelitian

Informan penelitian memegang peranan penting dalam setiap penelitian, sebagai sumber utama untuk memperoleh data yang valid dan relevan. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih adalah mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo, yang akan memberikan wawasan tentang persepsi mereka terhadap produk kosmetik berlabel halal. Data yang dikumpulkan dari informan ini akan diolah, dianalisis, dan disusun secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pandangan mereka. Peneliti telah mengidentifikasi total 5 informan, yang semuanya adalah

mahasiswa non-Muslim yang terdaftar di berbagai universitas di Kota Palopo. Pemilihan ini didasarkan pada latar belakang mereka sebagai calon konsumen produk kosmetik halal dari demografi non-Muslim, yang memungkinkan beragam perspektif.

Tabel 4. 3 Identitas Informan

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	PRODI/JURUSAN	AGAMA	UNIVERSITAS
1	Rona	Perempuan	21	Teknik Informatika/ 5	Kristen Protestan	Cokroaminoto
2	Novi	Perempuan	22	Manajemen/ 7	Hindu	Andi Djemma
3	Tere	Perempuan	23	Ilmu Kelautan/ 7	Kristen Protestan	Muhammadiyah
4	Adel	Perempuan	21	Kewirausahaan/ 4	Kristen Katolik	Mega Buana
5	Carolin	Perempuan	20	Keperawatan/ 5	Kristen Protestan	Kurnia Jaya Persada
6	Driani	Perempuan	26	Matematika/ 8	Kristen Pantikosta	Andi Djemma
7	Resti	Perempuan	25	Manajemen/ 6	Kristen Pantikosta	Andi Djemma

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa mahasiswa non muslim semuanya berjenis kelamin Perempuan dengan agama tiga orang beragama Kristen protestan, satu orang beragama hindu, dua orang beragama Kristen pantikosta dan satu orang beragama Kristen katolik. Mereka memiliki prodi yang berbeda beda seperti Teknik informatika, Manajemen, Ilmu kelautan, Kewirausahaan, dan Keperawatan. Usia merekapun berada di rentan usia 20-26 tahun.

2. Hasil Penelitian

a. Persepsi Mahasiswa Non Muslim di Kota Palopo Terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan mengenai persepsi mahasiswa non muslim pengguna kosmetik tentang produk yang berlabel halal. Hasil wawancara dengan informan peneliti menanyakan tentang pengetahuan informan mengenai informasi yaitu dari mana mereka mendapatkan informasi tentang kosmetik berlabel halal serta apa pendapat mereka mengenai produk halal. Adel mengungkapkan bahwa,

“Label halal itu menunjukkan kalau sebuah produk tersebut sudah memenuhi standar halal dan sudah lolos sertifikasi halal. Nah, saya mendapatkan informasi itu dari sosial media. Terutama lewat tiktok ya dan instagram apalagi banyak iklan iklan yang lewat kayak wardah begitu.”⁶⁶

Begitupun dengan yang diungkapkan oleh Tere yang menjelaskan bahwa,

“Kalau itu halal atau tidaknya produk kan kita dapat amati langsung dari logonya, tapi untuk sekarang media sosial itu lebih luas dan sangat mudah di jangkau jadi informasinya lebih mudah kita dapat apalagi banyak influencer influencer yang bisa merokemendasikan ke kita mengenai produk produk kosmetik yang halal serta cocok untuk jenis kulit yang seperti apa. Iya sangat mudah sekali untuk di akses dan di pahami, saya mendapatnya dari sosial media tiktok seperti rekomendasi influencer ataupun rekomendasi teman teman yang menggunakan produk kosmetik”⁶⁷

Adapun pendapat yang berbeda menurut Driani mengungkapkan bahwa,

“Sejujurnya, saya tidak terlalu banyak tahu tentang label halal pada kosmetik. Yang saya pahami, label ini mungkin menunjukkan bahwa produk tersebut dibuat sesuai dengan aturan tertentu dalam Islam, terutama terkait bahan dan proses produksinya. Untuk informasi tersebut biasanya

⁶⁶ Reina Adelia Tipa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 19 Januari 2025

⁶⁷ Teresa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 21 Januari 2025

saya lihat dari iklan iklan yang muncul di beranda sosial media saya”⁶⁸

Dari wawancara dengan ketiga informan, terlihat bahwa mereka memiliki pemahaman yang berbeda mengenai label halal pada kosmetik. Adel dan Tere lebih familiar dengan konsep halal dalam produk kosmetik dan mengetahui informasi tersebut melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram, terutama dari iklan dan rekomendasi influencer. Mereka merasa bahwa media sosial membuat informasi tentang kosmetik halal lebih mudah diakses dan dipahami. Di sisi lain, Driani mengaku kurang memahami label halal dan hanya mengetahui bahwa label tersebut berkaitan dengan standar kehalalan dalam Islam, khususnya dalam pemilihan bahan dan proses produksi. Perbedaan pemahaman ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi tentang kosmetik halal, sehingga memengaruhi tingkat kesadaran konsumen terhadap produk tersebut.

Kemudian hasil wawancara dengan informan, peneliti menanyakan tentang pengetahuan informan mengenai pemahaman mereka tentang label halal pada produk kosmetik, Rona yang mengatakan bahwa.

“Kalau label halal pada kosmetik menurut saya itu menunjukkan bahwa produk tersebut dibuat sesuai dengan standar keagamaan Islam, seperti dari segi bahannya atau proses produksinya. Saya sebagai non muslim melihat label ini sebagai tanda kalau produk tersebut telah melewati proses pengawasan yang ketat, jadi aman digunakan dan memiliki kualitas yang baik.”⁶⁹

Kemudian Novi mengatakan bahwa,

“Yang saya ketahui tentang label halal pada produk kosmetik itu adalah

⁶⁸ Driani, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 9 Maret 2025

⁶⁹ Rona Adelia, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 15 Januari 2025

suatu penanda bahwa produk tersebut didalamnya terkandung bahan bahan yang aman dan sudah teruji higienis sehingga aman digunakan dikulit ataupun tubuh.”⁷⁰

Sedangkan Tere mengatakan bahwa,

“Menurut sepengetahuan saya label halal di kosmetik itu menandai kalau produk tersebut aman untuk digunakan terkhususnya untuk agama muslim dikarenakan terdapat beberapa kandungan yang memang tidak boleh digunakan oleh konsumen muslim. Seperti bahan hewan yang terlarang contohnya gelatin dari babi atau semacamnya. Jadi label ini menandakan bahwa produk itu terhindar dari bahan bahan yang diharamkan selain itu produknya sudah pasti aman dan higienis.”⁷¹

Sedangkan Resti mengungkapkan bahwa,

“Saya belum terlalu memahami label halal di kosmetik, tetapi saya tahu kalau label itu menandakan bahwa produknya itu sudah memenuhi standar tertentu dalam Islam, seperti bahan yang nagunakan itu tidak mengandung babi atau alkohol. Soalnya saya jarang memperhatikan produk yang saya gunakan itu ada label halalnya atau tidak, karena kalau untuk saya sendiri yang lebih penting adalah cocok di kulit, dan ada izin BPOM. Selama ini, saya hanya sesekali mendengar tentang kosmetik halal dari media sosial atau teman, namun belum tahu apakah ada perbedaan nyata dalam kualitas atau keamanannya dibandingkan dengan produk non-halal.”⁷²

Dari wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa pemahaman mahasiswa non-Muslim mengenai label halal pada kosmetik cukup beragam. Sebagian besar menganggap label ini sebagai tanda bahwa suatu produk telah memenuhi standar tertentu dalam Islam, terutama dalam pemilihan bahan dan proses produksinya. Rona dan Novi berpendapat bahwa label halal menunjukkan bahwa produk telah melewati pengawasan ketat, sehingga aman digunakan dan berkualitas baik. Tere menambahkan bahwa label ini memastikan produk bebas dari bahan yang diharamkan bagi Muslim, seperti gelatin babi atau alkohol, sehingga lebih higienis. Di sisi lain, Resti mengaku belum terlalu memahami label halal dan

⁷⁰ Putu Novi, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 16 Januari 2025

⁷¹ Teresa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 21 Januari 2025

⁷² Resti, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 12 Maret 2025

jarang memperhatikannya saat memilih kosmetik, karena baginya yang lebih penting adalah kecocokan dengan kulit dan adanya izin BPOM. Secara keseluruhan, meskipun label halal dianggap sebagai jaminan keamanan, sebagian mahasiswa non-Muslim masih belum menjadikannya sebagai faktor utama dalam memilih produk kosmetik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan peneliti menanyakan mengenai penilaian mahasiswa non muslim terkait produk kosmetik berlabel halal. Novi menjawab,

“Iya saya menggunakan produk halal dari dulu bahkan sampai saat ini, pengalaman yang saya dapatkan yaitu lebih baik menggunakan produk yang sudah jelas kualitasnya daripada menggunakan produk yang hanya memberikan efek putih sementara namun berefek buruk setelahnya. Konsep halal yang saya pahami disini tidak berkaitan dengan agama akan tetapi lebih ke kualitas produk tersebut. Karena saya agama hindu dan menggunakan kosmetik halal. Produk halal sudah membuktikan kualitasnya serta aman digunakan jangka Panjang.”⁷³

Kemudian hasil wawancara dengan Rona Adelia yang mengatakan bahwa,

“Menurut saya halal pada kosmetik berkaitan dengan agama Islam, tetapi juga bisa mencerminkan kebersihan, keamanan, dan kualitas yang relevan bagi konsumen non muslim seperti saya. Bagi saya nomor BPOM lebih penting karena memastikan produk telah diuji oleh Lembaga Kesehatan yang resmi, tetapi dengan adanya label halal di produk yang saya gunakan itu memberikan nilai tambah sehingga lebih meyakinkan saya dalam menggunakan produk kosmetik tersebut.”⁷⁴

Selanjutnya hasil wawancara dengan Tere yang menjelaskan bahwa,

“Kalau terkhusus saya itu setuju ya relevan juga karena kan menurut saya halal atau tidaknya itu bukan hanya diukur dari kandungannya saja. Tetapi apakah produk tersebut memberikan manfaat dikulit atau malah sebaliknya yaitu memberikan pengaruh buruk di kulit kita. Kalau yang saya rasa produk halal itu dia komposisinya lebih ringan dipakai terus efeknya lebih

⁷³ Putu Novi, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 16 Januari 2025

⁷⁴ Rona Adelia, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 15 Januari 2025

lama didapatkan. Beda dengan kosmetik non halal yang mungkin menggunakan bahan yang agak keras bgtu jadi efeknya terasa begitu cepat. Saya awalnya kenapasih ada kosmetik yang harus di logokan halal padahalkan semuanya kita pakai, ternyata ada maksud tertentu seperti itu tadi dari segi kesehatan,keamanan produk itu sendiri. Kayak ada memang kandungan yang tidak cocok dikulit kalau kandungannya itu dari hewani apalagi yang dilarang dalam islam ya saya kira seperti itu.”⁷⁵

Sedangkan hasil wawancara dengan Carolin mengungkapkan bahwa,

“Pengalaman saya cukup memuaskan, karena produk halal yang saya gunakan ini terasa aman di kulit dan berkualitas baik. Hal ini itu membuat saya memiliki pandangan positif terhadap kosmetik halal, meskipun saya tidak selalu mencari label halal secara khusus pada produk kosmetik yang pastinya saya melihat dari segi keamanannya itu kalau halal usdah pasti berBPOM serta aman.”⁷⁶

Berbeda degan yang di sampaikan oleh Driani bahwa,

“Jujur tidak terlalu seringka perhatikan apakah produk kosmetik yang segunakan ini halal atau tidak. Saya lebih mengikuti rekomendasi dari teman atau influencer serta melihat komposisi produknya. Kalau produknya halal tapi juga terkenal bagus dan berkualitas, ya pasti akan sepakai. Tapi kalau hanya melihat dari label halal saja tanpa tahu kualitasnya, itu bukan hal yang seperhatikan kalau membeli kosmetik karena selama ini, saya lebih fokus ke kualitas dan merek kosmetik daripada apakah produk itu halal atau tidak.”⁷⁷

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa non-Muslim memiliki beragam pandangan mengenai label halal pada produk kosmetik. Sebagian dari mereka, seperti Novi, Rona Adelia, Tere, dan Carolin, menilai bahwa kosmetik halal bukan hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga menjamin kualitas, keamanan, dan kebersihan produk. Mereka merasa bahwa label halal memberikan nilai tambah karena menandakan bahwa produk tersebut aman digunakan dalam jangka panjang dan memiliki komposisi yang lebih ringan di

⁷⁵ Teresa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 21 Januari 2025

⁷⁶ Gresya Carolina, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 16 Januari 2025

⁷⁷ Driani, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 9 Maret 2025

kulit. Meskipun demikian, beberapa dari mereka, seperti Rona Adelia dan Carolin, lebih mengutamakan nomor BPOM sebagai jaminan utama keamanan produk, dengan label halal sebagai faktor tambahan yang meningkatkan kepercayaan. Di sisi lain, Driani menunjukkan sikap yang lebih netral dan tidak menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih kosmetik. Ia lebih mengutamakan rekomendasi dari teman atau influencer serta kualitas dan popularitas merek, tanpa terlalu memperhatikan apakah produk tersebut halal atau tidak. Secara keseluruhan, meskipun label halal bukan faktor utama dalam keputusan pembelian, sebagian besar informan tetap mengakui bahwa produk halal umumnya berkualitas, lebih aman, dan memiliki manfaat bagi semua konsumen, termasuk non-Muslim.

b. Faktor Pendukung Mahasiswa Non Muslim Di Kota Palopo Dalam Memilih Produk Kosmetik Berlabel Halal

Dalam memilih produk kosmetik halal, mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung. Faktor-faktor ini berperan dalam membentuk persepsi dan keputusan mereka dalam memilih serta menggunakan kosmetik berlabel halal.

1. Faktor lingkungan sosial

Hasil penelitian ketika peneliti menanyakan mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap pemilihan produk kosmetik yang ia gunakan, informan Rona mengungkapkan,

“Pengaruhnya cukup besar, karena biasanya teman itu memberikan review jujur pemakaiannya terhadap produk yang sudah ia pakai. Jadi hal itu membuat saya merasa yakin dengan produknya sehingga saya ikutan menggunakan produk tersebut.”⁷⁸



⁷⁸ Rona Adelia, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara Pada Tanggal 15 Januari 2025

Hal serupa diungkapkan oleh Novi Ketika diwawancarai ia mengatakan bahwa,

“Pengaruhnya sangat besar, bahkan skincare yang saya gunakan sekarang merupakan rekomendasi dari teman. Karena dia sudah mencoba produk tersebut dan aman sehingga saya tertarik untuk ikut mencobanya”⁷⁹

Berbeda dengan pendapat yang diungkapkan oleh Resti bahwa,

“Iya saya pernah di rekomendasikan dari teman teman produk produk yang dia gunakan, tetapi saya biasanya tetap lihat mereknya, kualitas, dan kesesuaian produk dengan kulit ku sebelum saya membeli produk tersebut.”⁸⁰

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengaruh teman dalam pemilihan produk kosmetik cukup signifikan bagi mahasiswa non-Muslim. Sebagian besar informan, seperti Novi, merasa bahwa rekomendasi teman sangat berpengaruh dalam keputusan mereka, bahkan produk yang mereka gunakan saat ini berasal dari saran teman yang telah lebih dulu mencobanya dan merasa aman. Hal serupa diungkapkan oleh informan lain yang menilai bahwa review jujur dari teman membuat mereka lebih yakin untuk mencoba produk yang sama. Namun, berbeda dengan Resti, yang meskipun menerima rekomendasi dari teman, tetap mempertimbangkan faktor lain seperti merek, kualitas, dan kesesuaian produk dengan jenis kulitnya sebelum memutuskan untuk membeli.

2. Faktor kesehatan dan keamanan

Faktor kesehatan dan keamanan dalam produk kosmetik berkaitan dengan jaminan bahwa produk yang digunakan tidak mengandung bahan berbahaya dan telah melewati uji kelayakan. Produk kosmetik yang aman harus memiliki

⁷⁹ Putu Novi, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 16 Januari 2025

⁸⁰ Resti, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 12 Maret 2025

sertifikasi dari badan pengawas seperti BPOM, yang memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan tidak menimbulkan efek samping berbahaya bagi kulit maupun kesehatan secara keseluruhan. Selain itu, produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal juga menjamin bahwa proses produksinya bebas dari zat berbahaya serta sesuai dengan standar kebersihan yang ketat. Hasil wawancara peneliti dengan informan Tere mengungkapkan bahwa,

“sekarang banyak sekali kandungan kosmetik yang berbahaya beredar di pasaran yang ada memang dicantumkan di komposisinya bahan bahan produknya tapi bahan berbahayanya ini tidak dicantumkan seperti merkuri dan hydroquinone, jadi seakan akan ini produk aman. Apalagi tipe kulit orangkan beda beda , biarpun produknya aman tapi kalau untuk kulit kita yang beda itu terkadang tidak cocok, apalagi jika produknya sudah tidak aman. Jadi ya sangat penting untuk melihat komposisi dari produk yang ingin di pakai”⁸¹

Sedangkan Novi menjelaskan bahwa,

“saya pernah menggunakan produk non halal dan mengandung merkuri (bahan berbahaya) sehingga membuat wajah saya iritasi. Sedangkan pada produk halal tidak membuat wajah saya iritasi apalagi Ketika terpapar sinar matahari. Produk halal hanya bisa mencerahkan, melembabkan dan memperbaiki skin barrier pokoknya aman digunakan sedangkan produk non halal membuat wajah putih namun memiliki efek samping yang buruk dalam jangka Panjang seperti flek atau kemerahan.”⁸²

Hasil wawancara dengan kedua informan tersebut menunjukkan bahwa kesehatan dan keamanan menjadi faktor penting dalam memilih kosmetik. Banyak produk di pasaran yang mengandung bahan berbahaya, seperti merkuri dan hydroquinone, yang tidak selalu dicantumkan dalam komposisi, sehingga pengguna harus lebih berhati-hati. Pengalaman buruk dengan produk non-halal yang menyebabkan iritasi dan efek samping jangka panjang membuat beberapa

⁸¹ Teresa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 21 Januari 2025

⁸² Putu Novi, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 16 Januari 2025

mahasiswa lebih memilih kosmetik halal. Mereka merasa produk halal lebih aman karena tidak menimbulkan reaksi negatif pada kulit dan hanya berfungsi untuk mencerahkan serta menjaga kesehatan kulit tanpa risiko berbahaya.

3. Faktor lingkungan hidup

Faktor lingkungan hidup pada kosmetik halal berkaitan dengan bagaimana produk tersebut diproduksi dengan memperhatikan aspek keberlanjutan dan ramah lingkungan. Proses produksinya pun cenderung menghindari pengujian pada hewan (cruelty-free) dan menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang untuk mengurangi limbah. Hasil wawancara dengan informan Carolin mengungkapkan bahwa,

“Ya, saya merasa produk kosmetik halal memiliki nilai tambah, Karena Seringkali produk kosmetik halal juga lebih memperhatikan aspek ramah lingkungan seperti tidak menggunakan hewan sebagai percobaan produknya seperti produk merek somethinc itu.”⁸³

Hal ini berbeda dengan yang di jelaskan oleh informan Tere yang mengungkapkan bahwa,

“ Untuk ramah lingkungannya itu dari kemasannya produk itu sendiri bisa kita lihat ya packanging produk kosmetik itu macam macam mungkin ada yang terbuat dari bahan yang mudah terurai seperti lip bal merk *Buttered*, apalagi sekarangkan banyak produk yang menggunakan plastik jadi itu tidak mempengaruhi saya”⁸⁴

Hasil wawancara menunjukkan bahwa setiap mahasiswa memiliki pandangan yang berbeda mengenai aspek ramah lingkungan dalam kosmetik halal. Carolin menganggap kosmetik halal memiliki nilai lebih karena banyak yang tidak diuji pada hewan, sehingga lebih etis dan berkelanjutan. Sementara itu, Tere lebih fokus pada kemasan produk, di mana beberapa merek sudah

⁸³ Gresya Carolina, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 16 Januari 2025

⁸⁴ Teresa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 21 Januari 2025

menggunakan bahan yang mudah terurai, meskipun penggunaan plastik dalam kemasan tidak terlalu berpengaruh pada pilihannya.

4. Faktor harga dan ketersediaan

Faktor harga dan ketersediaan dalam produk kosmetik halal berperan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Harga yang terjangkau membuat produk lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama mahasiswa yang umumnya memiliki anggaran terbatas. Selain itu, ketersediaan produk di berbagai tempat, seperti toko kosmetik, supermarket, dan e-commerce, juga menjadi faktor utama dalam memilih produk. Seperti yang diungkapkan oleh informan Novi yang menjelaskan bahwa,

“Sangat besar ya karena kan kita mahasiswa otomatis ya cari yang relative terjangkau dan juga saya tidak suka memakai produk yang tidak tersedia di toko terdekat atau menggunakan produk yang sulit untuk di cari. Karena saya jarang sekali membeli kosmetik di online shop.”⁸⁵

Hal yang sama diungkapkan oleh Driani,

“Harga dan ketersediaan sangat berpengaruh. Jika produk halal lebih mahal atau sulit ditemukan, saya mungkin akan memilih produk lain yang lebih mudah didapat.”⁸⁶

5. Faktor desain kemasan

Faktor desain kemasan berperan penting dalam menarik perhatian konsumen terhadap produk kosmetik halal. Kemasan yang menarik, inovatif, dan estetis sering kali menjadi daya tarik utama, terutama bagi mahasiswa yang cenderung memilih produk berdasarkan tampilan visual. Desain yang informatif, seperti mencantumkan logo halal, komposisi bahan, dan sertifikasi keamanan, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Hasil wawancara

⁸⁵ Putu Novi, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 16 Januari 2025

⁸⁶ Driani, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 9 Maret 2025

dengan Adel yang sudah menggunakan banyak produk kosmetik berlabel halal mengatakan bahwa,

“Rekomendasi dari teman, sosial media dan yang lainnya sangat berpengaruh ya, kalau untuk penggunaan produknya lagi itu tergantung kulit apakah cocok atau tidak, tapi yang jelas saya tetap memilih yang berBPOM dan rata rata yang saya gunakan memang setelah saya perhatikan itu ada logo halalnya. Kemudian biasanya kita itu FOMO terhadap produk, kita melihat dari segi desain kemasannya yang lucu ataupun unik sehingga kita merasa ingin untuk menggunakan produk tersebut juga.”⁸⁷

Sama halnya dengan pendapat yang di katakana oleh informan Tere bahwa,

“Iya desain kemasan berpengaruh sekali, dikarenakan kosmetik yang illegal itu identik dengan kemasan yang polos dan tidak memiliki komposisi tidak berlogo.”⁸⁸

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Driani bahwa,

“Tidak terlalu, karena saya lebih melihat kandungan produk dan kecocokan dengan kulit saya dibandingkan desain kemasan atau label halal.”⁸⁹

Dari hasil wawancara, terlihat bahwa rekomendasi dari teman, media sosial, dan tampilan kemasan cukup berpengaruh dalam memilih produk kosmetik bagi mahasiswa non-Muslim. Sebagian besar informan menyebutkan bahwa selain memastikan produk yang mereka gunakan sudah berBPOM dan memiliki label halal, mereka juga sering tertarik mencoba produk karena tren atau kemasannya yang menarik. Mereka menganggap bahwa produk dengan desain kemasan yang bagus cenderung lebih terpercaya dibandingkan kosmetik ilegal yang biasanya polos dan tidak mencantumkan informasi komposisi atau logo

⁸⁷ Reina Adelia Tipa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 19 Januari 2025

⁸⁸ Teresa, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 21 Januari 2025

⁸⁹ Driani, *Mahasiswa Non Muslim*, Wawancara pada tanggal 9 Maret 2025

sertifikasi. Namun, ada juga yang berpendapat seperti Driani, yang lebih fokus pada kandungan dan kecocokan produk dengan kulitnya dibandingkan dengan tampilan kemasan atau label halal. Secara keseluruhan, meskipun kemasan yang menarik bisa meningkatkan ketertarikan, faktor utama yang dipertimbangkan tetap keamanan, kandungan bahan, dan efek produk pada kulit.

B. Pembahasan

1. Persepsi Mahasiswa Non Muslim di Kota Palopo Terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal

Persepsi adalah jenis aktivitas yang mengelola informasi yang menghubungkan seseorang dengan lingkungannya. Persepsi merupakan sebuah pemahaman seorang individu dalam menentukan, menilai ataupun menafsirkan sesuatu sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan diperoleh hasil bahwa beberapa mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo memiliki persepsi positif terhadap produk kosmetik berlabel halal. Mereka memahami bahwa label halal bukan hanya tentang aturan Islam, tetapi juga berfungsi sebagai jaminan kebersihan, keamanan, dan kualitas suatu produk. Meskipun sertifikasi halal awalnya ditujukan untuk konsumen Muslim, mahasiswa non-Muslim tetap melihat keberadaan label ini sebagai nilai tambah yang meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam memilih kosmetik.

Namun, bagi mahasiswa yang masih minim pengetahuannya tentang kosmetik halal, label halal bukanlah faktor utama dalam memilih produk. Mereka lebih mempertimbangkan merek, kandungan, kualitas, dan kecocokan produk dengan kulit mereka. Beberapa dari mereka bahkan tidak terlalu memperhatikan apakah

kosmetik yang mereka gunakan memiliki label halal atau tidak. Mereka cenderung mendapatkan informasi tentang kosmetik halal secara tidak langsung, seperti melalui rekomendasi teman atau influencer, tanpa secara khusus mencari tahu tentang konsep halal itu sendiri. Meskipun demikian, jika produk halal memiliki kualitas yang baik dan sudah terbukti aman, mereka tetap bersedia untuk menggunakannya. Meskipun label halal bukan satu satunya alasan dalam memilih produk, keberadaannya tetap memberikan rasa percaya terhadap keamanan dan kualitas kosmetik yang mereka gunakan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imas Masitoh dalam penelitiannya “Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim, Dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik)”,⁹⁰ Dimana hasil penelitian yang Imas teliti yaitu dengan adanya kualitas yang baik, dengan harga terjangkau dan dengan pelayanan yang baik pula terhadap para konsumennya sehingga produk kosmetik halal banyak disukai oleh konsumen baik dari kalangan Muslim maupun non-Muslim. Halal yang menjadi prioritas masyarakat muslim sehingga kalangan muslim memilih kosmetik halal daripada kosmetik lainnya yang belum ada jaminan halal, sedangkan bagi masyarakat non-muslim kandungan yang terdapat pada produk kosmetik aman dari bahan-bahan berbahaya dan sudah terjamin keamanannya, sehingga wardah menjadi kosmetik yang diminati masyarakat non-muslim karena kosmetik halal sudah pasti aman dan hal tersebut mendukung Kesehatan wajah bagi masyarakat non-muslim.

⁹⁰ Masitoh, “Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim, Dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik).”

Bimo Walgito mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana seorang individu menerima informasi dari lingkungannya melalui indera, kemudian memprosesnya berdasarkan pengalaman pribadi dan faktor psikologis lainnya. Dalam konteks ini, mahasiswa non-Muslim mengumpulkan informasi tentang kosmetik halal melalui media sosial, pengalaman pribadi, dan rekomendasi dari teman sebaya. Proses ini pada akhirnya membentuk persepsi mereka tentang kosmetik halal sebagai produk yang aman, berkualitas tinggi, dan layak untuk digunakan. Persepsi yang terbentuk dipengaruhi tidak hanya oleh faktor individu tetapi juga oleh lingkungan sosial dan tren yang sedang berkembang. Media sosial memainkan peran penting dalam memperkenalkan dan membentuk opini tentang produk halal, terutama melalui ulasan atau dukungan dari influencer kecantikan. Lebih jauh lagi, beberapa mahasiswa cenderung mempercayai produk dengan sertifikasi halal, karena dianggap telah menjalani proses verifikasi yang ketat, sehingga lebih aman untuk digunakan.

Dalam teori persepsi Bimo Walgito, ada tiga indikator utama yang membentuk persepsi individu, yaitu penyerapan, pemahaman, dan evaluasi. Dalam konteks penelitian ini:

1. Indikator pertama, penyerapan, terjadi ketika mahasiswa non-Muslim menerima informasi tentang kosmetik halal melalui berbagai media, termasuk iklan melalui media sosial, ulasan produk ataupun rekomendasi dari influencer atau teman teman mereka, dan pengalaman pribadi dengan produk tersebut, sedangkan mahasiswa yang masih minim pengetahuan terkait kosmetik halal lebih sering menerima informasi secara pasif melalui tren atau rekomendasi.

Informasi ini diproses melalui indera, seperti mengamati label halal pada kemasan atau menerima ulasan dari pengguna lain.

2. Indikator kedua, pemahaman, terjadi setelah mahasiswa non-Muslim memproses informasi yang mereka terima. Pada tahap ini, mahasiswa yang menggunakan kosmetik halal mulai menyadari bahwa label halal pada kosmetik tidak hanya ditujukan untuk konsumen Muslim, melainkan juga menandakan bahwa produk tersebut memenuhi standar keamanan, kesehatan dan kebersihan tertentu. Sementara bagi mereka yang kurang paham, label halal tetap dipandang sebagai sesuatu yang sekadar ada tanpa menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian.
3. Indikator ketiga, evaluasi, merupakan tahap di mana mahasiswa non-Muslim membentuk penilaian atau sikap terhadap kosmetik halal. Setelah mengetahui manfaat dan standar keamanan yang terkait dengan produk halal, Mahasiswa yang memahami konsep halal cenderung menilai produk ini lebih unggul dalam hal keamanan dan kualitas, sementara mereka yang kurang paham lebih fokus pada faktor lain seperti harga, kemasan, dan efektivitas produk di kulit mereka.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun kosmetik halal awalnya ditujukan untuk konsumen Muslim, kehadirannya juga diterima dengan baik oleh mahasiswa non-Muslim, terutama karena faktor keamanan dan kualitas yang ditawarkannya. Oleh karena itu, produsen kosmetik halal memiliki peluang yang luas untuk memperluas pasar dengan meningkatkan edukasi dan promosi mengenai manfaat serta keunggulan produk halal, sehingga dapat

menarik minat lebih banyak konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim.

2. Faktor Pendukung Mahasiswa Non Muslim Di Kota Palopo Dalam Memilih Produk Kosmetik Berlabel Halal

Terdapat beberapa faktor yang mendukung Mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo dalam menggunakan dan memilih kosmetik berlabel halal. Mereka menganggap label halal tidak hanya sebagai tanda kepatuhan terhadap aturan Islam, tetapi juga sebagai indikator keamanan, kebersihan, dan kualitas produk. Faktor-faktor lain, seperti harga serta kesediaannya di toko terdekat ataupun *e-commers*, desain kemasan, pengalaman pribadi, faktor ramah lingkungan, rekomendasi dari teman, dan informasi yang tersedia di media sosial, juga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan mereka saat memilih kosmetik.

Salah satu faktor signifikan yang memengaruhi pilihan mahasiswa adalah lingkungan sosial mereka. Rekomendasi dari teman, influencer kecantikan, dan tren di media sosial memainkan peran penting dalam keputusan mereka terkait produk kosmetik. Ketika banyak orang di sekitar mereka menggunakan kosmetik halal dan memberikan ulasan positif, mahasiswa non-Muslim pun cenderung tertarik dan ingin mencoba produk tersebut. Meskipun beberapa mahasiswa non-Muslim menerima rekomendasi dari teman, tetapi mereka tetap mempertimbangkan faktor lain seperti merek, kualitas, dan kesesuaian produk dengan jenis kulitnya sebelum memutuskan untuk membeli. Selain itu, pertimbangan kesehatan dan keselamatan menjadi hal yang terpenting. Banyak mahasiswa menyadari bahwa produk kosmetik tertentu mungkin mengandung zat

berbahaya seperti merkuri atau hidrokuinon, sehingga mereka lebih cermat dalam memilih produk yang bersertifikat halal dan terdaftar di BPOM, karena dianggap lebih aman untuk kulit mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholifatur Rosida dkk dalam penelitiannya, “Analisis Kesadaran Hukum Mahasiswa Tentang Kosmetik Halal: Studi Kasus di IAIN Kudus”⁹¹ Dimana hasil temuannya mengungkapkan Konsumen juga lebih berhati-hati untuk memastikan bahwa produk yang digunakan sudah aman dan dapat diandalkan. label halal ternyata bisa mencuri dan mempengaruhi niat beli konsumen. Para mahasiswa meyakini bahwa sertifikasi halal kosmetik memegang peranan yang sangat penting dan berpengaruh dalam melindungi konsumen dari bahan-bahan berbahaya yang tidak diperbolehkan menurut hukum Islam (haram). Kesadaran ini membuat konsumen untuk lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih kosmetik.

Selain itu, faktor lain seperti harga dan ketersediaan juga memengaruhi keputusan pembelian. Meskipun produk halal sering dianggap memiliki kualitas yang lebih tinggi, mahasiswa tetap mempertimbangkan apakah produk tersebut terjangkau dan mudah diakses di pasaran. Jika kosmetik halal memiliki harga yang kompetitif dan tersedia di berbagai toko atau platform daring, kemungkinan besar mahasiswa akan memilih produk tersebut. Selain itu, pertimbangan lingkungan juga penting, terutama bagi mahasiswa yang peduli terhadap keberlanjutan. Produk kosmetik halal sering dikaitkan dengan bahan-bahan alami

⁹¹ Rosida and Wahyudi, “Analisis Kesadaran Hukum Mahasiswa Tentang Kosmetik Halal: Studi Kasus Di IAIN Kudus.”

dan praktik bebas kekejaman, yang menambah daya tariknya di kalangan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Siti Khodijah, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto dalam penelitiannya, “Implementasi Bauran Pemasaran Syariah pada Kosmetik Berlabel Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”⁹² Dimana hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa bauran pemasaran mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu dengan adanya strategi yang baik terhadap bauran pemasaran seperti meningkatkan kualitas produk, harga yang terjangkau, strategi promosi yang menarik dan distribusi yang lancar akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk atau barang.

Faktor ini menunjukkan bahwa aspek ekonomi juga menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian mahasiswa non-Muslim terhadap produk halal. Meningkatnya minat terhadap produk halal, baik dari kalangan Muslim maupun non-Muslim, mencerminkan prinsip keadilan dan kesejahteraan dalam perdagangan. Prinsip ekonomi Islam menekankan pentingnya kehalalan dan keberkahan dalam setiap transaksi, sehingga produk yang dipasarkan tidak hanya aman secara fisik tetapi juga memiliki nilai moral dan etika. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Terjemahannya:

⁹² Khodijah, Iqbal Fasa, and Surahto, “Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.”

"Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya."⁹³ (QS. Al-Baqarah: 172)

Ayat ini menegaskan bahwa produk yang dikonsumsi harus berasal dari sumber yang baik dan halal, yang dalam konteks penelitian ini mencakup aspek kesehatan dan keamanan produk kosmetik. Meskipun mahasiswa non-Muslim tidak terikat dengan aturan halal dalam Islam, mereka tetap memilih produk yang terjamin keamanannya sebagai bagian dari prinsip konsumsi yang bertanggung jawab.

Faktor penting lainnya adalah desain kemasan dan pengalaman pribadi dalam menggunakan produk. Kemasan yang menarik dan modern dapat meningkatkan minat mahasiswa terhadap suatu produk secara signifikan, terutama jika desainnya unik dan sesuai dengan tren terkini. Meskipun ada beberapa mahasiswa non-Muslim yang berpendapat mereka lebih fokus pada kandungan dan kecocokan produk dengan kulitnya dibandingkan dengan tampilan kemasan atau label halal. Secara keseluruhan, meskipun kemasan yang menarik bisa meningkatkan ketertarikan, faktor utama yang dipertimbangkan tetap keamanan, kandungan bahan, dan efek produk pada kulit. Lebih jauh lagi, pengalaman pribadi dengan produk memainkan peran penting dalam keputusan pembelian di masa mendatang. Jika mahasiswa non-Muslim merasa kosmetik halal yang mereka coba cocok, mereka cenderung akan menggunakannya lagi di masa mendatang.

⁹³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemah* 2023, no. 7 (2022): 6412.

Selain faktor keamanan, rekomendasi, dan harga, mahasiswa non-Muslim juga mempertimbangkan efek jangka panjang dari penggunaan produk kosmetik. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka lebih memilih produk yang memiliki manfaat kesehatan untuk kulit dalam jangka panjang dibandingkan dengan produk yang hanya memberikan hasil instan tetapi berisiko menimbulkan efek samping. Mereka menganggap bahwa produk halal lebih alami dan memiliki komposisi yang lebih ringan, sehingga lebih cocok digunakan secara rutin tanpa khawatir akan dampak negatif di kemudian hari.

Mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo memiliki alasan yang beragam dalam memilih produk kosmetik berlabel halal. Faktor keamanan, rekomendasi, harga, komposisi dan manfaat jangka panjang menjadi pertimbangan utama mereka dalam menentukan pilihan. Dengan semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk yang aman dan berkualitas, industri kosmetik halal memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk di kalangan non muslim.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan penulis mengenai persepsi mahasiswa non-Muslim kota Palopo terhadap produk kosmetik berlabel halal maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi mahasiswa non-Muslim terhadap kosmetik halal terbentuk melalui tiga indikator utama dalam teori persepsi Bimo Walgito, yaitu penyerapan, pemahaman, dan evaluasi. Mahasiswa yang memahami konsep halal secara aktif memperoleh informasi dari berbagai sumber dan menyadari bahwa label halal bukan hanya berkaitan dengan agama, tetapi juga menjamin keamanan, kesehatan, dan kualitas produk. Sebaliknya, mahasiswa yang masih minim pengetahuan lebih banyak menerima informasi secara pasif dan tidak menjadikan label halal sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian mereka. Dalam tahap evaluasi, mahasiswa yang memahami konsep halal lebih cenderung menilai produk ini sebagai pilihan yang lebih aman dan berkualitas, sementara mereka yang kurang memahami lebih mempertimbangkan aspek harga, kemasan, dan efektivitas produk. Dengan demikian, meskipun pemahaman terhadap kosmetik halal berbeda-beda, label halal tetap memberikan nilai tambah bagi mahasiswa non-Muslim dalam memilih produk kosmetik.
2. Terdapat beberapa faktor yang mendukung Mahasiswa non-Muslim di Kota Palopo dalam menggunakan dan memilih kosmetik berlabel halal. Mereka

menganggap label halal tidak hanya sebagai tanda kepatuhan terhadap aturan Islam, tetapi juga sebagai indikator keamanan, kebersihan, dan kualitas produk. Faktor-faktor lain, seperti harga serta kesediaannya di toko terdekat ataupun *e-commers*, desain kemasan, pengalaman pribadi, faktor ramah lingkungan, rekomendasi dari teman, dan informasi yang tersedia di media sosial, juga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan mereka saat memilih kosmetik.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh melalui penelitian, maka penulis menyampaikan beberapa saran yang dapat digunakan terhadap kosmetik berlabel halal.

1. Kepada para produsen sebaiknya tidak hanya mencantumkan label halal pada kemasan, tetapi juga memberikan edukasi lebih luas lagi tentang manfaat dan standar keamanan produk halal. Hal ini bisa dilakukan melalui promosi di media sosial, kampanye pemasaran, atau kerja sama dengan influencer kecantikan. Dengan begitu, masyarakat, termasuk mahasiswa non-Muslim, bisa lebih memahami bahwa produk halal bukan hanya untuk Muslim, tetapi juga menjamin kualitas, keamanan, dan kebersihan produk.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambah variasi informan, seperti kelompok usia atau profesi berbeda, agar hasilnya lebih representatif. Penelitian juga dapat difokuskan pada faktor spesifik, seperti strategi pemasaran, tren kecantikan, atau psikologi konsumen dalam penerimaan produk halal di kalangan non-Muslim. Selain

itu, studi perbandingan di berbagai daerah dapat dilakukan untuk melihat apakah persepsi terhadap kosmetik halal berbeda berdasarkan lingkungan sosial dan budaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, Resa, and S Suprianto. "Analisis Perbandingan Minat Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal." *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen* 4, no. 1 (2024): 143–53.
- Agama, Institut, and Islam Negeri. "Kementerian Agama Republik Indonesia." *Al-Qur'an Dan Terjemah* 2023, no. 7 (2022): 6412.
- Alimuddin, Agus, Lisda Aisyah, and Risa Alvia. "Persepsi Santriwati Dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal." *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (2022): 83–96. www.halalmui.org.
- Amalia Yunia Rahmawati. "Tingkat Pengetahuan Mahasiswi Universitas Sahid Surakarta Terhadap Efek Penggunaan Kosmetik Pemutih." Universitas Sahid Surakarta, 2020.
- Ardiansyah, Muhammad Rajab. "Dampak Sertifikat Halal Dan Kebersihan Terhadap Tingkat Konsumsi Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervensi." *JUMBA* 2, no. 2 (2024).
- Arsena, Alvian, Erik Aditia Ismaya, and Muhammad Noor Ahsin. "Persepsi Orang Tua Dalam Pembelajaran Daring Di Dukuh Beji Selama Pandemi Covid-19." *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 20, no. 2 (2022): 141–49.
- Arsita, Dian W, and Zahrotul Jannah. "Persepsi Mahasiswa Mengenai Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Kudus)." *SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law* 2, no. 2 (2023): 73.
- Bartoshuk, Linda M. "Sensation and Perception." *The Cambridge Handbook of the Intellectual History of Psychology*, 2019, 88–110. <https://doi.org/10.1017/9781108290876.005>.
- Faisol, Achmad. "Persepsi Siswa-Siswi Terhadap Guru Pai Yang Ideal Di Smk Zainul Muin Kalisat Jember." *Ibadatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 02 (2023): 272–89.
- Farwati, Yuliana, Sri Susanty, and Uwi Martayadi. "MINAT SISWA SMK NEGERI 1 SIKUR TERHADAP MINAT KULIAH DI PERGURUAN TINGGI PARIWISATA." *Journal Of Responsible Tourism* 4, no. 2 (2024): 491–98.

- FASIHA, FASIHA, MUH. RUSLAN ABDULLAH, ABDUL KADIR ARNO, HELMI KAMAL, and FITRIANI JAMALUDDIN. "Halal Labelisation of Haram Food in Makale Toraja." *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2019): 23. <https://doi.org/10.15548/maqdis.v4i1.208>.
- Febiano, Gilang, and Liana Mangifera. "Pentingnya Brand Image, Brand Awareness Dan Social Media Marketing Dalam Keputusan Pembelian Produk Kahf." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 6 (2024): 6986–93.
- Fitri, Loeki Enggar, Qomariyatus Sholihah, and Sri Winarsih. *Pemikiran Profesor UB Mewujudkan Jaminan Produk Halal Di Indonesia*. Universitas Brawijaya Press, n.d.
- Fitri, Zusi Eka, and Aji Jumiono. "Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan." *Jurnal Ilmiah Pangan Halal* 3, no. 2 (2021): 1–7. <https://doi.org/10.30997/jiph.v3i2.9676>.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing. PT Inovasi Pratama Internasional*. PT Inovasi Pratama Internasional, 2020.
- Habiburrahman, Habiburrahman, and Novia Novia. "Jaminan Produk Halal Bagi Perlindungan Konsumen Telaah Rancangan Undang-Undang Penjaminan Produk Halal Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah." *Manazhim* 5, no. 1 (2023): 11–27. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v5i1.2316>.
- Haque, Marissa Grace. "BUKU AJAR E-Book," *Perjalanan Industri & Jaminan Produk Halal Indonesia*, Marissa Grace Haque, Sem Genap 2022-2023-2, ISBN 978-623-09-2593-1, Sonpedia." Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Hasyim, Ahmad Wakhid. "Persepsi Siswa Terhadap Metode Pengajaran Guru Dalam Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di MTs Ma'arif Pengempon, Kecamatan Sruweng, Kabupaten Kebumen." Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU Kebumen), 2024.
- Hosanna, Melissa Aulia, and Susanti Adi Nugroho. "Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal Pada Produk Makanan." *Jurnal Hukum Adigama* 1, no. 1 (2018): 511. <https://doi.org/10.24912/adigama.v1i1.2155>.
- Huda, Nurul. "Pemahaman Produsen Makanan Tentang Sertifikasi Halal (Studi Kasus Di Surakarta)." *Ishraqi* 10, no. 1 (2012): 1–13.
- Iqbal, Muhammad, and Safarul Aufa. "Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh."

Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam 9, no. 2 (2023): 47–64.

Janah, Tutik Nurul. “Upaya Perlindungan Konsumen Muslim Dan Non-Muslim Melalui Sertifikasi Halal Dan Transparansi Komposisi Produk Makanan.” *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman* 9, no. 1 (2020): 65–85.

Karuniawaty, Aldes, and Neneng Siti Silfi Ambarwati. “The Relationship of Knowledge Level of Cosmetics with Avoidance Behavior Against Cosmetics Containing Rhodamine-B.” *Jurnal Tata Rias* 11, no. 2 (2021): 1–12.

Khodijah, Siti, Muhammad Iqbal Fasa, and Surahto. “Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Islamic Economics and Business Review* 1, no. 1 (2023): 132–44.

Kholidah, Nur, and Muhammad Arifiyanto. “Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Di Pekalongan.” *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2021): 136–51. <http://wahanaislamika.ac.id>.

Kuniasih, Nunung, Itsna Nurhaliza, and Evi Purwaningsih. “Penyuluhan: Urgensi Produk Konsumtif Halal Bagi Masyarakat Muslim Di Kampung Sukarata-Cipaisan Kabupaten Purwakarta.” *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 06 (2024): 265–72.

Ma’ruf, Muhammad, and Nina Salamah. “Analysis of the Theory of Planned Behavior on the Use of Halal-Labeled Cosmetics for Students at the University of Islamic Malang.” *Journal of Halal Science and Research*, 2023. <https://doi.org/10.12928/jhsr.v4i2.7122>.

Mahadewi, Kadek Julia. “Urgensi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Penyebaran Kosmetik Palsu Di Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Darma Agung* 32, no. 2 (2024): 962–70.

Marasabessy, Fachrul. “Pertanggungjawaban Hukum Mui Dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Produk Haram Yang Terlanjur Beredar.” *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies* 1, no. 2 (2022): 116–35.

Masitoh, Imas. “Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim, Dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik).” *Journal Transformation of Mandalika* 3, no. 2 (2022): 28–35. <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/issue/archive>.

Miss Chanadani Kamble, Miss Kaveri Bhosale, Miss Prajakta Chavan, and Mr. Jayvant Shinde. “Cosmetics Science.” *International Journal of Advanced*

Research in Science, Communication and Technology, 2022, 289–308.
<https://doi.org/10.48175/ijarsct-7689>.

Mouwn Erland. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2020.

Muhajir, Muhammad Nur Alam, and Fahadil Amin Al Hasan. “The Development of Halal Tourism Destinations in Indonesia: Potentials, Opportunities and Challenges.” *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 3, no. 2 (2021).

Mujahidin, Mujahidin. “The Potential of Halal Industry in Indonesia to Support Economic Growth.” *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 2, no. 1 (2020): 77–90.

Musfiroh, Mila Fursiana Salma. “Keputusan Pembelian Kosmetik Prespektif Ekonomi Islam.” *Manarul Qur’an: Jurnal Ilmiah Studi Islam* 24, no. 1 (2024): 25–45.

Mustaqim, Dede Al. “Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah Dan Hukum Positif.” *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 1, no. 2 (2023): 54–67.

Nadia Alesiana Putri, Christina Whidya Utami. “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Religius, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Perilaku Terhadap Produk Dan Kesadaran Halal Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Kosmetik)” 8, no. 2 (2024): 1–21.

Nasikah, K. “Pengaruh Kesadaran Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan” *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 12, no. 2 (2023): 6.
http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/8074/%0Ahttps://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/8074/1/KHOLIFATUL_NASIKAH_1903011066.pdf.

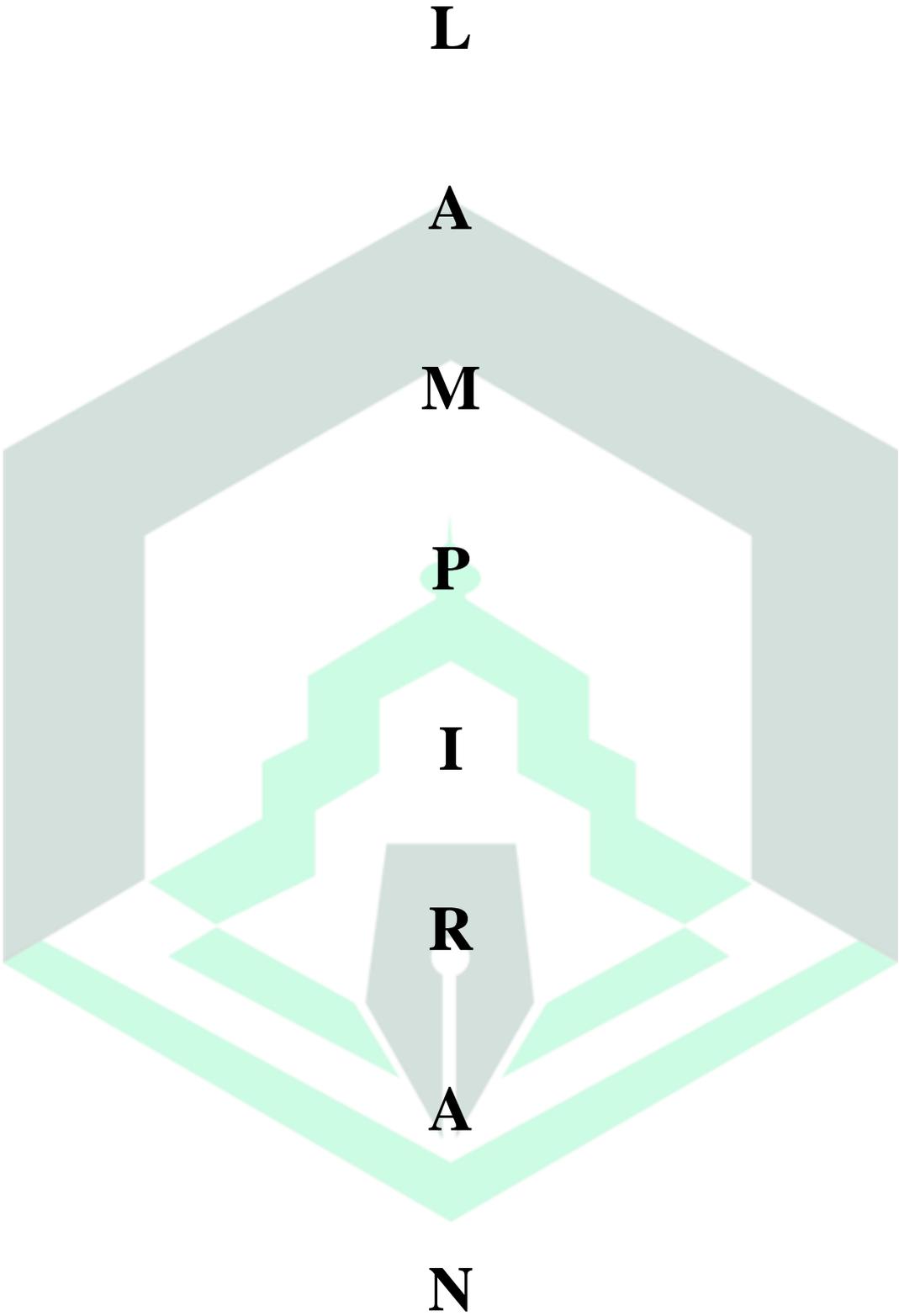
Nasrullah, Aan. “Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia.” *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 6, no. 1 (2021): 50–78.

Pamuji, Sugeng. “Lampau Target, 2,9 Juta Produk Sudah Bersertifikasi Halal.” Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023.
<https://kemenag.go.id/nasional/lampau-target-2-9-juta-produk-sudah-bersertifikat-halal-mRNDU>.

Paridawati, Ita, Musnar Indra Daulay, and Rizki Amalia. “Persepsi Orangtua Terhadap Penggunaan Smartphone Pada Anak Usia Dini Di Desa Indrasakti

- Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.” *Journal on Teacher Education* 2, no. 2 (2021): 28–34.
- Payabadar, Fitri, and Husni Thamrin. “Persepsi Masyarakat Terhadap Perkembangan Produk Perbankan Dan IKNB Syariah Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (2022): 12–23.
- Prayusi, Noviamara Dwi, and E Andriani. “The Role of Food Product Packaging Labels on Product Purchase Interest.” *Bulletin of Culinary Art and Hospitality*, 2023. <https://doi.org/10.17977/um069v2i22022p57-60>.
- Putri, Tidy Mutiara Lestari Sudarminto, and Nova Scorviana. “Beginning Voter’s Views On Party Political Communication.” *Journal Of Humanities And Social Studies* 2, no. 02 (2024): 368–74.
- Robbins. “Perilaku Organisasi (Diana Angelica, Ria Cahyani, Abdul Rosyid, Penerjemah),” 2008.
- Rosida, Kholifatur, and Fauzi Akbar Wahyudi. “Analisis Kesadaran Hukum Mahasiswa Tentang Kosmetik Halal: Studi Kasus Di IAIN Kudus.” *SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law* 2, no. 2 (2023): 187–98.
- Sabani, F, and Ilma Latifatul Lutfia. “Penguatan Pendidikan Di Masyarakat Melalui Vitalisasi Pendidikan Non Formal Di Kota Palopo.” *Jurnal Sinestesia* 13, no. 1 (2023): 2023. <https://www.sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/323>.
- Safitri, Rika. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed Method) (S. P. Cici Rahayu (ED.); Pertama)*. Hidayatul Quran, 2019.
- Saifuddin, Saifuddin, and Sitti Aisyah. “Millennial Generation Consumer Preferences and Perceptions of Halal Cosmetics (Case Study at Nurul Jadid Islamic Boarding School).” *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2021).
- Salim, Amir, Muharir Muharir, and Ayu Hanni Juniar. “Edukasi Dalam Penerapan Hukum Halal Dan Haram Pada Makanan Di Desa Nusa Makmur Kec. Air Kumbang Kab. Banyuasin.” *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2021): 64–76.
- Saripah, Ripah. “Pengaruh Promosi Penjualan, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Konsumen Muslim.” Universitas Siliwangi, 2023.
- Sholikhah, Badriyyatus, Resfa Fitri, and Yekti Mahanani. “Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal MUI Pada Generasi

- Millennial.” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 2 (2021): 193–211.
- Sitompul, Saleh, and STIEI Medan. “Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating.” *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, no. 1 (2021): 51–64.
- Soraya, Nyayu. “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kompetensi Dosen Dalam Mengajar Pada Program Studi PAI Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Raden Fatah Palembang.” *Tadrib* 4, no. 1 (2018): 183–204.
- Sup, Devid Frastiawan Amir, Annas Syams Rizal Fahmi, Faridl Noor Hilal, and Muhammad Irkham Firdaus. “Dinamika Regulasi Sertifikasi Halal Di Indonesia.” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 10, no. 1 (2020): 36–44.
- Toha, Mashuri, And Jumari Jumari. “Persepsi Mahasantri Pada Produk Dan Jasa Online Shop Shopee (Studi Kasus: Mahasantri Intensif Idia Prenduan).” *Al Mashaadir: Jurnal Ilmu Syariah* 2, no. 1 (2021): 49–57.
- Umbarani. E. M, and Fakhruddin. A. “Konsep Mempercantik Diri Dalam Prespektif Islam Dan Sains.” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 82.
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI, 2010.
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98–112.
- Waruwu, Marinu. “Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method).” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023): 2896–2910.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo).” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 4, no. 2 (2016): 83–98.
- Yuningsih M, A. Alfira, Riska Erfiana Putri, and Hasse Jubba. “Implikasi Sertifikasi Halal Terhadap Perkembangan Industri Halal Di Indonesia.” *Al-Tijary* 8, no. 2 (2023): 155–69. <https://doi.org/10.21093/at.v8i2.7652>.



L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1 Surat Izin Meneliti



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmptsp@palopokota.go.id, Website : <http://dpmptsp.palopokota.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NOMOR : 500.16.7.2/2025.0155/IP/DPMPTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: KURNIA EKA PUTRI
Jenis Kelamin	: P
Alamat	: Jl. Binja No.18 BTN. Hartaco Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 2104010030

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PERSEPSI MAHASISWA NON MUSLIM TERHADAP PRODUK KOSMETIK BERLABEL HALAL (STUDI KASUS MAHASISWA DI KOTA PALOPO)

Lokasi Penelitian	: Mahasiswa Kota Palopo
Lamanya Penelitian	: 6 Februari 2025 s.d. 6 Mei 2025

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan- ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 6 Februari 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan Kepada Yth :

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



Lampiran 2 SK Penguji



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR 557 TAHUN 2024
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan, penulisan dan pengujian skripsi bagi mahasiswa Program Sarjana, maka dipandang perlu mengangkat Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi;
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing dan Penguji sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat keputusan Dekan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 17 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua atas PMA Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Palopo;
6. Keputusan Rektor IAIN Palopo Nomor 370.1 Tahun 2016 tentang Pedoman Akademik Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan Dosen Pembimbing dan Penguji dari Ketua Prodi Ekonomi Syariah

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Kesatu : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas;
- Kedua : Tugas Dosen Pembimbing Skripsi adalah membimbing, mengarahkan, mengoreksi serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan Panduan Penyusunan Skripsi dan Pedoman Akademik yang ditetapkan Institut Agama Islam Negeri Palopo serta berusaha menyelesaikan bimbingan tepat waktu;
- Ketiga : Tugas Dosen Penguji adalah mengoreksi, mengarahkan, mengevaluasi, menguji dan memberikan penilaian atas skripsi mahasiswa yang diujikan;
- Keempat : Pelaksanaan seminar proposal hanya dihadiri oleh Pembimbing dan Pembantu Penguji (II) sementara pelaksanaan Ujian Hasil dan Ujian Munaqasyah dihadiri oleh Pembimbing, Penguji Utama (I) dan Pembantu Penguji (II);
- Kelima : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN Palopo Tahun Anggaran 2024;
- Keenam : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan dan pengujian skripsi mahasiswa selesai serta akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya;
- Ketujuh : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Palopo
Pada tanggal, 29 Oktober 2024



Dekan,

Anita Marwidi

LAMPIRAN : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : 557 TAHUN 2024
TANGGAL : 29 OKTOBER 2024
TENTANG : PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Kurnia Eka Putri
NIM : 21 0401 0030
Program Studi : Ekonomi Syariah
- II. Judul Skripsi : **Tingkat Penerimaan Konsep Produk Makanan Halal di Kalangan Non Muslim di Palopo.**
- III. Dosen Pembimbing dan Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
Sekretaris : Dr. Fasiha, M.E.I.
Pembimbing : Nur Amal Mas, S.E.Sy., M.E.
Penguji Utama (I) : Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E.
Pembantu Penguji (II) : Muh. Nur Alam Muhajir, Lc., M.Si.

Dekan,

Anita Marwing



Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Nama :

Usia :

Prodi / Semester :

Agama :

Perguruan Tinggi:

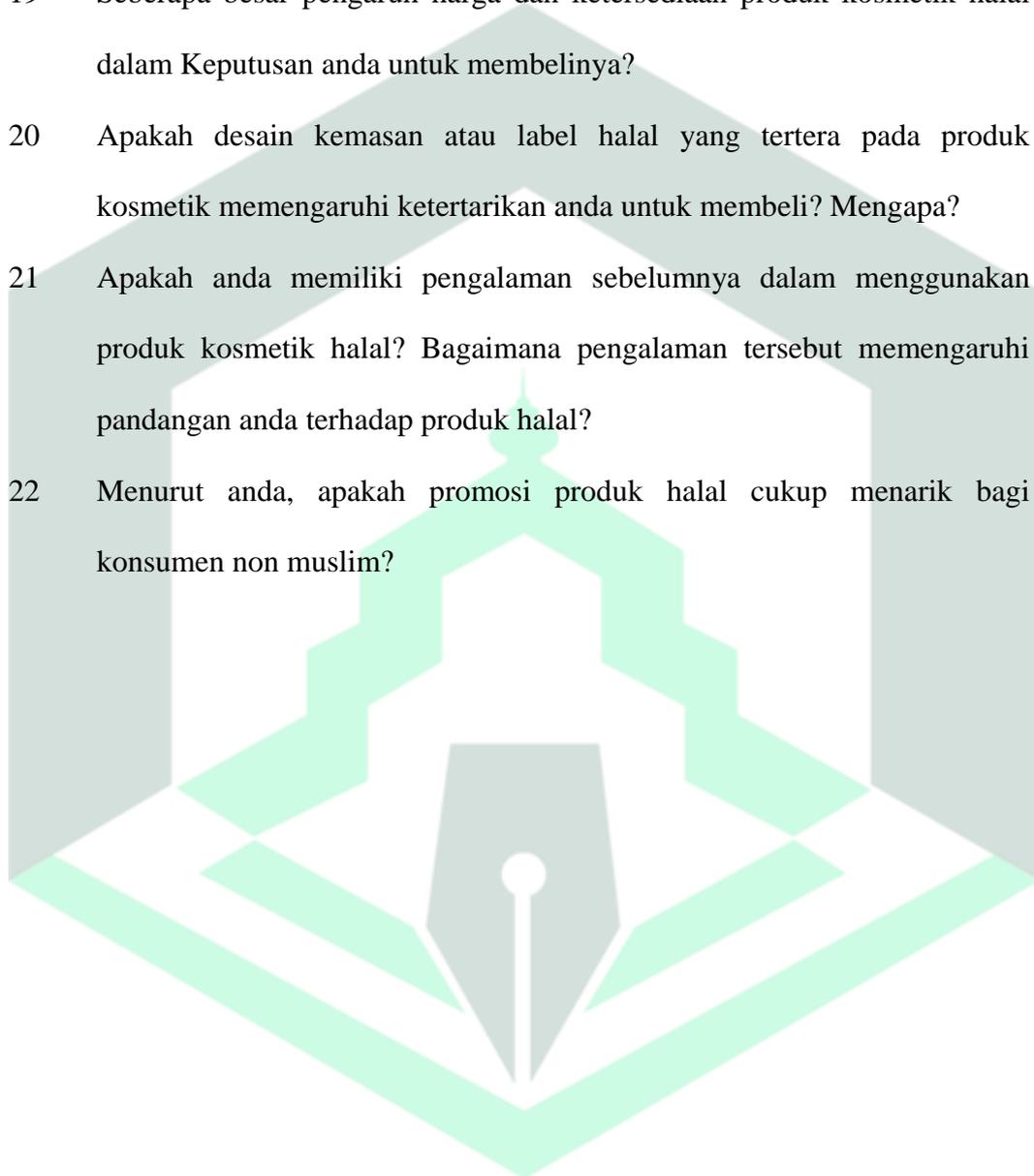
NO Daftar Pertanyaan Wawancara

- 1 Apa yang anda ketahui tentang label halal pada produk kosmetik?
- 2 Apa pendapat anda tentang keberadaan logo halal pada Produk Kosmetik?
Apakah logo tersebut mempengaruhi Keputusan anda dalam membeli produk?
- 3 Seberapa penting bagi anda untuk mengetahui komposisi bahan dalam produk kosmetik? Apakah informasi bahan kosmetik berpengaruh terhadap kepercayaan anda?
- 4 Bagaimana pandangan anda terhadap label halal pada kemasan kosmetik?
Apakah anda merasa label ini juga relevan bagi konsumen nonmuslim?
- 5 Sejauh mana anda merasa label halal dan nomor BPOM memberikan jaminan keamanan pada produk kosmetik yang anda gunakan? Apakah ini menjadi pertimbangan utama?
- 6 Apakah anda mengetahui apa yang dimaksud dengan produk kosmetik halal? Dari mana anda mendapatkan informasi tersebut?
- 7 Apakah anda pernah menggunakan kosmetik halal? Jika iya bagaimana

pengalaman anda menggunakan produk tersebut?

- 8 Dari mana anda biasanya mendapatkan informasi tentang produk kosmetik halal? Apakah informasi tersebut mudah di akses dan di pahami?
- 9 Seberapa sering anda mendengar atau membaca tentang manfaat atau kualitas produk kosmetik halal?
- 10 Apa yang anda pahami tentang konsep halal pada produk kosmetik? Apakah menurut anda halal hanya berkaitan dengan agama tertentu atau juga aspek kualitas?
- 11 Bagaimana pemahaman anda mengenai perbedaan produk kosmetik halal dan produk kosmetik lainnya?
- 12 Bagaimana anda menilai kualitas produk kosmetik halal dibandingkan dengan produk non halal? Apakah anda merasa ada keunggulan tertentu?
- 13 Apakah anda merasa produk kosmetik halal memiliki nilai tambah (seperti keamanan atau ramah lingkungan) dibandingkan produk lainnya?
- 14 Seberapa besar peran media sosial, iklan, atau teman dalam mempengaruhi anda untuk mengetahui produk kosmetik halal?
- 15 Seberapa besar pengaruh teman, keluarga, atau komunitas anda dalam memengaruhi pilihan anda terhadap produk kosmetik?
- 16 Apakah anda pernah mendengar rekomendasi tentang produk kosmetik halal melalui media sosial atau dari teman? Bagaimana hal itu memengaruhi keputusan anda?
- 17 Apakah anda merasa lebih percaya diri menggunakan produk kosmetik halal karena dianggap lebih aman dan higienis? Apa alasannya?

- 18 Menurut anda, apakah produk kosmetik halal lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan produk lainnya? Apakah ini memengaruhi pilihan anda?
- 19 Seberapa besar pengaruh harga dan ketersediaan produk kosmetik halal dalam Keputusan anda untuk membelinya?
- 20 Apakah desain kemasan atau label halal yang tertera pada produk kosmetik memengaruhi ketertarikan anda untuk membeli? Mengapa?
- 21 Apakah anda memiliki pengalaman sebelumnya dalam menggunakan produk kosmetik halal? Bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi pandangan anda terhadap produk halal?
- 22 Menurut anda, apakah promosi produk halal cukup menarik bagi konsumen non muslim?



Lampiran 4 Pedoman Observasi

NO	Aspek yang diobservasi
1	Mengamati penggunaan produk kosmetik di kalangan mahasiswa non muslim.
2	Memantau pemilihan produk kosmetik oleh mahasiswa non muslim.
3	Mengamati merek kosmetik halal yang populer di kalangan mahasiswa non muslim.
4	Mengamati sejauh mana label halal diperhatikan ketika mahasiswa non muslim membeli produk kosmetik.
5	Mengamati pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal.
6	Mengamati mahasiswa non muslim merespons iklan atau promosi produk kosmetik halal.
7	Mengamati lingkungan sosial mahasiswa non muslim yang mempengaruhi pilihan kosmetik.
8	Mengobservasi sikap mahasiswa non muslim terhadap produk kosmetik berlabel halal.

Lampiran 5 Dokumentasi

Dokumentasi

Wawancara dengan Ona
(UNCOK)



Wawancara dengan Tere
(Muhammadiyah)



Wawancara dengan Caroline
(Stikes Kurnia Jaya Persada)



Wawancara dengan Novi
(UNANDA)



Wawancara dengan Adel
(Universitas Mega Buana)



Wawancara dengan Driani
(UNANDA)



Wawancara dengan Resti
(UNANDA)



Lampiran 6 Turnitin

KURNIA EKA PUTRI

ORIGINALITY REPORT

21 %	20 %	10 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	3 %
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
4	123dok.com Internet Source	1 %
5	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
6	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1 %
7	docplayer.info Internet Source	1 %
8	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
9	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
10	ojs.cahayamandalika.com Internet Source	<1 %
11	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %

RIWAYAT HIDUP



Kurnia Eka Putri, lahir di Kota Palopo pada tanggal 12 Juni 2003. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan seorang ayah yang bernama Murtono dan ibu yang bernama Waginem. Saat ini bertempat tinggal di Hartaco

Jalan Binja, Kelurahan Benteng, Kecamatan Wara Timur, Kota Palopo.

Pendidikan sekolah dasar penulis diselesaikan pada tahun 2015 di SDN 01

Lalebbata. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di MTsN Model

Palopo hingga tahun 2018. Pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan di SMKN 1

Kota Palopo. Setelah lulus SMK pada tahun 2021, penulis melanjutkan studinya

di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam, Program Studi Ekonomi Syariah.