

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Allah telah menjadikan manusia makhluk ciptaan yang paling baik, badannya lurus ke atas, cantik parasnya, mengambil dengan tangan apa yang dikehendaknya dan juga Allah menciptakan manusia dengan segala kelebihan dibandingkan dengan makhluk lainnya. Manusia di era modern pada dasarnya diberi akal, pikiran, perasaan, cinta dan fisik yang lebih baik agar bisa membedakan mana yang baik atau yang buruk dalam kehidupan ini.<sup>1</sup>Pembahasan mengenai produk kecantikan atau biasa disebut dengan kosmetik merupakan suatu produk yang berfungsi untuk mengubah penampilan seseorang baik itu untuk melindungi ataupun untuk merawat tubuh bagian luar. Seiring dengan perkembangannya, setelah peneliti amati ada beberapa faktor yang membuat seseorang terutama kaum wanita menggunakan produk kecantikan. Salah satunya yaitu keinginan untuk menyesuaikan gaya hidup di lingkungan dimana ia berada.

Perilaku konsumen pada setiap manusia adalah dengan memenuhi kebutuhannya. Cara setiap individu dalam memenuhi kebutuhannya yaitu dengan melakukan pembelian, menggunakan, memakai, dan mengonsumsi berbagai barang yang dibutuhkan, dimulai dari yang terendah hingga kebutuhan manusia yang tertinggi. Setiap perbedaan yang terjadi antara individu satu dengan yang lain disebut perilaku konsumen. Istilah perilaku konsumen merujuk pada perilaku yang memperlihatkan bahwa konsumen melakukan pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penghabisan suatu produk yang diharapkan dapat memberikan kepuasan akan kebutuhan masing-masing individu. Banyak kosmetik yang bebas dipasarkan di Indonesia baik itu *skincare* maupun *makeup* diantara produk-produk

---

<sup>1</sup> Dewan Redaksi Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedia Islam*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1994), 161.

tersebut yang sudah BPOM namun walaupun sudah BPOM, produk-produk tersebut banyak yang belum memiliki label halal. Direktur Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia (MUI) No. 26 Tahun 2013 tentang standar kehalalan produk kosmetika dan penggunaannya menegaskan bahwa kosmetika telah menjadi salah satu kebutuhan manusia pada umumnya kosmetika yang akan digunakan oleh setiap muslim harus berbahan halal dan suci. Seperti dalam firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 172:

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

*Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rezeki yang baik-baik kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kosmetik-kosmetik yang sudah mencantumkan label halal pada produknya. Produk kosmetik yang berlabel halal sudah tentu dapat memberikan jaminan kehalalan produk tersebut. Pembahasan mengenai bahan halal, tidak hanya berhubungan dengan produk makanan, tetapi juga kosmetik. Terdapat ketentuan dalam Islam bahwa jika akan Sholat, maka dipastikan tidak ada najis yang menempel pada tubuh.<sup>2</sup> Permasalahannya terdapat beberapa mahasiswi fakultas syariah yang tidak peduli dengan adanya kosmetik yang berlabel halal. Mereka menganggap bahwa kosmetik yang tidak berlabel halal dapat digunakan dan dapat bermanfaat bagi kulit mereka, mereka menganggap bahwa kosmetik yang tidak berlabel halal berarti produk tersebut tidak baik dan cukup banyak peredaran kosmetik dipasaran yang belum mempunyai label halal pada produk kosmetik yang dapat membahayakan kepada konsumen apabila produk tersebut digunakan oleh masyarakat luas dikarenakan barang tersebut belum teruji oleh kehalalannya.

---

<sup>2</sup>Anggritia Safitri M, Sevie, “Perilaku Konsumen Terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal” *Bisnis dan Akuntansi*, Vol.22, No. 1, (2020), 99.

Salah satu jual beli merupakan perilaku mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yaitu sebagai konsumen pada *Mart* Eka Kosmetik. Namun demikian, dipasaran ataupun ditoko melainkan pada *mart* lainnya masih terdapat beberapa produk kosmetik yang memakai bahan kimia ataupun minyak babi. Tentu saja selain berbahaya, pemakaian produk kosmetik seperti ini bertentangan dengan *syariat* islam dan mewajibkan menggunakan produk yang halal.

Kehidupan manusia pada dasarnya sudah memiliki peraturan hukum guna untuk mengatur hubungan antara hak dan kewajiban dalam hidup bermasyarakat yang disebut sebagai hukum muamalah. Muamalah diartikan sebagai alat tukar menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat dengan cara yang sudah ditentukan. Secara bahasa jual beli terdapat dari dua kata, yaitu jual dan beli. Kedua kata ini dalam bahasa Arab sama dengan *al-bai'* dan *al-syira'*. Yang keduanya memiliki arti atau makna timbal balik. Di dalam al-Qur'an disebutkan secara terpisah tetapi memiliki makna bersamaan. Terkadang al-Qur'an menyebutkan bahwa *al-bai'* saja ditempat lain menyebut *al-syira'* saja. Namun penyebutan secara masing-masing itu mempunyai makna keduanya. Karena adanya penjual pasti ada pembeli, demikian sebaliknya.<sup>3</sup>

Untuk mewujudkan jual beli yang sah dan sesuai dengan *syariat*, maka Allah SWT telah mengajarkan bahwa adanya syarat dan rukun yang terdapat pada al-Qur'an maupun sunah Nabi. Sehingga melakukan jual beli tanpa adanya kekerasan, penipuan, kejahatan serta lainnya. seperti dalam firman Allah SWT dalam surat an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali*

<sup>3</sup>LPPOM MUI, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM MUI*, (Jakarta: LPPOM MUI, 2008), 99.

*dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*

Oleh karena itu perkembangannya atas penggunaan kosmetik dalam perilaku mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon bahwasannya sering menggunakan produk kosmetik yang berupa lipstik, *bodycare*, *skincare* dan *make up*. Produk tersebut merupakan suatu alat untuk mengubah penampilan, melindungi ataupun perawatan tubuh bagian luar khususnya kecantikan bagi wanita, mahasiswi IAIN Syekh Nurjati Cirebon khususnya Fakultas Syariah. Menurut hasil pengamatan penulis mengenai perilaku mahasiswi Fakultas Syariah terhadap jual beli produk kosmetik pada *Mart Eka*, penulis berpendapat bahwa dapat beberapa hal yang menarik untuk dikaji, yaitu mengenai pentingnya menggunakan produk kosmetik berlabel halal dan bagaimana tinjauan hukum islam terhadap penjualan produk kosmetik yang tidak berlabel halal. Dari uraian tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian apakah perilaku mahasiswi Fakultas Syariah dalam melakukan jual beli pada *Mart Eka Kosmetik* telah sesuai dengan *syar'i* islam ataukah belum. Untuk itu penulis berinisiatif untuk mengangkat permasalahan tersebut dalam penyusunan skripsi yang berjudul : **“Analisis Perilaku Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Dalam Menggunakan Kosmetik Label Halal Pada *Mart Eka Kosmetik* Dalam Tinjauan Hukum Islam”**

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian dapat dijelaskan pada tiga hal berikut:

### 1. Identifikasi Masalah

#### a. Wilayah Kajian

Penelitian ini mengkaji tentang analisis perilaku mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam menggunakan kosmetik label halal pada *Mart Eka* kosmetik dalam Tinjauan Hukum Islam. Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian *Halal Lifestyle* dan topik kajian *Syariah Market*.

#### b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantifikasi atau bentuk cara-cara lain yang menggunakan ukuran angka. Pendekatan kualitatif prinsipnya untuk memahami objek maupun subjek yang diteliti secara mendalam.<sup>4</sup>

#### c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai terdapat mahasiswi fakultas syariah yang tidak menganggap produk kosmetik berlabel halal itu penting, mereka menganggap kosmetik yang tidak berlabel halal itu dapat digunakan dan dapat bermanfaat bagi mereka, sementara mereka tidak tahu bahwasannya terdapat produk kosmetik yang berbahaya yang mana dapat menggunakan bahan kimia maupun minyak babi.

---

<sup>4</sup>Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018), 4.

## 2. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang diteliti agar tidak terjadi perluasan masalah yang dibahas dan memberikan kemudahan dalam proses penelitian. Oleh karena itu, pembatasan masalah pada penelitian ini hanya pada Analisis Perilaku Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam Menggunakan kosmetik label halal pada *Mart Eka* kosmetik dalam Tinjauan Hukum Islam.

## 3. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penjualan Produk Yang Tidak Mempunyai Label Halal?
- b. Apakah Label Halal Penting Bagi Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Untuk Mengambil Suatu Keputusan Dalam Membeli Produk Kosmetik Pada *Mart Eka*?
- c. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Dalam Membeli Produk Pada *Mart Eka* Kosmetik?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat adanya suatu analisis perilaku mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam menggunakan kosmetik label halal pada *Mart Eka* kosmetik dalam tinjauan hukum islam. Yang mana tujuan penting bagi peneliti yaitu:

1. Untuk Mengetahui Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penjualan Produk Yang Tidak Mempunyai Label Halal.
2. Untuk Mengetahui Apakah Label Halal Penting Bagi Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Untuk Mengambil Suatu Keputusan Dalam Membeli Produk Kosmetik Pada *Mart Eka*.

3. Untuk Mengetahui Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Dalam Membeli Produk Pada *Mart* Eka Kosmetik.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Peneliti diharapkan dapat berguna bagi penulis dan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan yang efektifitas dalam analisis perilaku mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam menggunakan kosmetik label halal pada *mart* eka kosmetik dalam tinjauan hukum islam.

##### 1. Manfaat Teoritik

- a. Hasil penelitian tersebut diharapkan bisa digunakan sebagai bahan kajian tinjauan hukum islam khususnya dalam objek jual beli serta perbandingan penjualan produk yang mempunyai label halal dan tidak mempunyai label halal
- b. Hasil penelitian tersebut diharapkan bisa digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang dalam konteks permasalahan yang berkaitan dengan aplikasi teori produksi ruang dalam kosmetik label halal
- c. Hasil penelitian tersebut diharapkan digunakan sebagai sumber pembelajaran pada hukum ekonomi syariah

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat memberi masukan yang berharga bagi para pihak terkait dalam menggunakan kosmetika berlabel halal dalam tinjauan hukum islam.

##### a. Bagi Penulis

Dapat memberikan dampak ilmu pengetahuan dan dapat menambah pengetahuan mengenai proses penelitian

##### b. Bagi perguruan Tinggi

Dapat memberikan sumbangsiah literature dan memberikan acuan untuk penelitian selanjutnya

c. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan pengetahuan tambahan serta dapat memberi acuan untuk mengkaji masalah mengenai perilaku mahasiswi syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam menggunakan kosmetik berlabel halal dalam tinjauan hukum islam

## E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

*Pertama*, Jurnal “Konsep Bisnis Dan Manajemen” *Ekonomi Bisnis*, yang ditulis oleh Tjiptono (2012) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana tampilan sederhana pada produk kosmetik label halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut.<sup>5</sup> Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal konsep bisnis dan manajemen label halal dalam kenyamanan atas pemakaian produk. Sedangkan pada penelitian ini, yang dibahas mengenai perilaku mahasiswi dalam mengambil suatu putusan dalam memilih produk halal.

---

<sup>5</sup> Tjiptono, “Konsep Bisnis Dan Manajemen” *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.2, No. 1, (2012),

*Kedua*, Jurnal “Peluang Pembelian Kosmetik Belabel Halal Di Kota Yogyakarta” *Produk Kosmetik Berlabel Halal*, yang ditulis oleh Abdullah Naqiyuddin (2013) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkonsumsi produk kosmetik halal dalam sertifikat halal dan keyakinan beragama. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa keyakinan agama, kehalalan dan kesehatan adalah alasan penentu kesadaran umat islam tentang halal konsumsi.<sup>6</sup> Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal Peluang Pembelian Kosmetik Belabel Halal Di Kota Yogyakarta, Sedangkan pada penelitian ini, yang dibahas mengenai Peluang Pembelian Kosmetik Belabel Halal Di Kota Cirebon.

*Ketiga*, Jurnal “Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal Pada Kalangan Model Hijabers” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, yang ditulis oleh Debby Intansari (2013) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menganalisis tentang makna dari tindakan dalam memutuskan menggunakan kosmetik berlabel halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, Model hijabers yang mengharuskan untuk menggunakan kosmetik berlabel halal karena menyadari nilai-nilai keagamaan salah satunya sebagai bentuk syariat Islam termasuk ke dalam tindakan rasional instrumental. Kemudian memaknai kosmetik berlabel halal sebagai salah satu bentuk dalam menjalankan syariat Islam karena terhindar dari bahan yang haram dan tidak akan mempengaruhi amal ibadah.<sup>7</sup> Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal Pemilihan Kosmetik

---

<sup>6</sup> Abdullah Naqiyuddin, “Peluang Pembelian Kosmetik Belabel Halal Di Kota Yogyakarta” *Jurnal Produk Kosmetik Berlabel Halal*, Vol. 1, No. 3, (2013), 22.

<sup>7</sup> Debby Intansari, “Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal Pada Kalangan Model Hijabers” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1 (2013), 66.

Berlabel Halal Pada Kalangan Model Hijabers dalam bernilai Keislaman. Sedangkan pada penelitian ini membahas Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal Pada Kalangan mahasiswi fakultas syariah dan ekonomi islam dalam tinjauan hukum islam.

*Keempat*, Jurnal “Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia” *Ekonomi dan Pembangunan* yang ditulis oleh Nur Hadiati Endah (2014) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menganalisis tentang perilaku pembelian kosmetik berlabel halal oleh konsumen wanita indonesia, termasuk faktor yang dominan mempengaruhi perilaku tersebut.<sup>8</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, faktor norma subjektif memiliki pengaruh yang paling besar terhadap niat pembelian dan secara signifikan norma subjektif juga memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen akan kosmetik halal. Dengan mengetahui hal tersebut, produsen dapat membuat strategi pemasaran yang lebih efektif yaitu dengan membentuk persepsi positif di lingkungan social konsumen. Kualitas, keamanan, kesehatan untuk membeli kosmetik halal. Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia. Sedangkan penelitian ini membahas perilaku mahasiwi fakultas syariah dan ekonomi islam dalam menggunakan produk kosmetik label halal pada *Mart Eka Kosmetik*.

*Kelima*, Jurnal “Kosmetik Label Halal” *Manajemen Pemasaran Petra*, yang ditulis oleh Salahuddin (2017) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimana halal berarti bersih, sehat, dan aman. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam pandangan hukum islam menegaskan, industri kosmetik halal bukan semata-mata urusan

---

<sup>8</sup> Nur Hadiati Endah, “Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia” *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 22, No. 1(2014), 14.

kecantikan, melainkan lebih menekankan kesehatan dilandasi pandangan dunia *halal lifestyle*. Islam seperti diajarkan Nabi Saw. sangat menekankan *halal lifestyle* untuk manifestasi kesehatan, termasuk perkara kosmetika. Oleh karena itu, ajaran Nabi Saw. tentang kosmetik halal perlu pengkajian bagi pengayaan khazanah Islam.<sup>9</sup> Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal kosmetik label halal dalam *halal lifestyle* dan hukum islam, sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai Kosmetik label halal dalam tinjauan hukum islam.

*Keenam*, Jurnal “Produk Halal Cosmetics Konsumen Muslim Di Seluruh Dunia” *Journal of Islamic Marketing*, yang ditulis oleh Sugibayashi (2018) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan konsumen kosmetik halal.<sup>10</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam bisnis dengan labelisasi halal, sertifikasi halal, kosmetik halal merupakan atribut kecantikan sesuai ajaran Islam. Namun, sebagian lagi memandang halal sebagai konsep universal bukan eksklusif individu muslim. Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal Produk Halal Cosmetics Konsumen Muslim Di Seluruh Dunia. Sedangkan penelitian sekarang membahas mengenai Produk Halal kosmetik konsumen muslim mahasiswi fakultas syariah pada *Mart Eka*.

*Ketujuh*, Jurnal “Label Halal Pada Pertumbuhan Kosmetik dan Pandangan Wanita Muslim Negara Islam Dunia” *International Journal of Marketing Studies*, yang ditulis oleh Dinar Haidayatullah (2018) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif.

---

<sup>9</sup> Salahudin, “Kosmetik Label Halal” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 2, (2017), 89.

<sup>10</sup> Sugibayashi, “Produk Halal Cosmetics Konsumen Muslim Di Seluruh Dunia” *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1, No. 2, (2018), 44.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsumen perempuan muslim benar benar memperhatikan ada atau tidaknya label halal pada produk kosmetik sebelum melakukan pembelian.<sup>11</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam tanda-tanda Halal memiliki pengaruh positif pada konsumen keputusan pembelian antara Muslim dan konsumen non-Muslim. Selain itu, label Halal pada produk adalah salah satu faktor paling penting yang mempengaruhi keputusan beli konsumen. Hal ini terlihat bahwa, konsumen Muslim terlebih kepada wanita Muslim yang memperhatikan sekali mengenai label halal dari pada bahan produk itu sendiri. Karena kepercayaan mereka tinggi mengenai Halal, sehingga mereka percaya bahwa produk yang telah terdapat label Halal merupakan produk yang pasti aman, dan sangat layak untuk mereka konsumsi. Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal Label Halal Pada Pertumbuhan Kosmetik dan Pandangan Wanita Muslim Negara Islam Dunia. Sedangkan penelitian sekarang membahas pandangan mahasiswa fakultas islam dalam mengambil suatu keputusan dalam memilih sebuah produk kosmetik yang berlabel halal pada *mart* eka kosmetik.

*Kedelapan*, Jurnal “Perilaku Konsumen Terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal” *Bisnis dan Akuntansi*, yang ditulis oleh Inggritia Safitri M (2019) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk kosmetik yang dinyatakan halal tidak hanya halal secara *syari'i* tetapi juga memiliki sertifikasi dari MUI.<sup>12</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam mengenai perilaku konsumen dalam menggunakan produk halal sudah banyak dilakukan, namun sebagian

---

<sup>11</sup> Dinar Hidayatullah, “Label Halal Pada Pertumbuhan Kosmetik dan Pandangan Wanita Muslim Negara Islam Dunia” *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No. 2, (2018), 123-133.

<sup>12</sup> Inggritia Safitri M, “ Perilaku Konsumen Terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal” *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 22, No. 1, (2019), 67.

besar mengenai produk kosmetik halal masih belum banyak, oleh karena itu halal secara syar'i dan sertifikasi MUI sangat penting. Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal Perilaku Konsumen Terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal. Sedangkan penelitian sekarang membahas mengenai Perilaku Konsumen Terhadap minat beli dan niat beli dalam memilih dan menggunakan produk kosmetik.

*Kesembilan*, Jurnal "Fenomena Kosmetik Halal di Indonesia" *Widya Ganecwara*, yang ditulis oleh Soemarjati (2020) penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Indonesia sebagai pasar yang menjanjikan bagi kosmetik halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam mengenai niat beli seseorang tidak bisa secara langsung dan membutuhkan proses yang sangat panjang. Dimulai dengan memenuhi terhadap nilai, kualitas, dan ekuitas merek yang kemudian akan membentuk kepuasan dan kepercayaan merek. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memperhatikan dan menjaga kualitas produk, meyakinkan bahwa produk mereka adalah halal dan sesuai dengan syariaah agama islam.<sup>13</sup> Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas adalah perihal Fenomena Kosmetik Halal di Indonesia, sedangkan pada penelitian sekarang membahas mengenai Fenomena Kosmetik Halal pada suatu keputusan dalam menggunakan produk yang tidak memiliki label halal.

*Kesepuluh*, Jurnal "The Influence of Religiosity on Consumer Behavior in Purchasing Halal Label Cosmetics," *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*. Yang ditulis oleh Awalia, F.T.M (2021) Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif.

---

<sup>13</sup> Soemarjati, "Fenomena Kosmetik Halal di Indonesia" *Jurnal Widya Ganecwara*, Vol. 10, No. 4, (2020), 8.

Penelitian ini menemukan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin konsisten orang berperilaku sesuai dengan ajaran agama.<sup>14</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa konsumen produk kosmetik halal dipengaruhi tingkat religiusitas dan halal dipahami sebagai konsep universal, selain itu Isu halal terangkum dalam pandangan dunia tentang *halal lifestyle*. Wacana halal di dunia Islam seakan hanya cakupan bidang fiqih (syariah) tetapi pada dasarnya melingkupi seluruh keilmuan Islam melalui term *halalan toyyiban* hal ini meliputi berbagai bidang, seperti pariwisata, obat-obatan, makanan, dan kosemetika. Adapun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah permasalahan yang dikaji pada di atas adalah perihal The Influence of Religiosity on Consumer Behavior in Purchasing Halal Label Cosmetics tentang *halal lifestyle*. Sedangkan pada penelitian sekarang membahas mengenai halal kosmetik karna bernilai ibadah dan sesuai syariat islam pada tinjauan hukum islam.

Adapun persamaan penelitian tersebut terdapat penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai penggunaan label halal dalam suatu produk kosmetik, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada bagaimana tinjauan hukum islam terhadap perilaku mahasiswi menggunakan kosmetik yang tidak berlabel halal pada *mart* eka kosmetik Cirebon.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berfikir dibuat untuk menjadi pisau analisis terhadap masalah penelitian.<sup>15</sup> Rianse dan Abdi mengatakan bahwa kerangka pemikiran atau kerangka pikir merupakan suatu konsep pemikiran untuk menjelaskan masalah riset berdasarkan fakta-fakta, observasi dan telaah pustaka dan landasan teori. Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga

<sup>14</sup> Awalia, F. T. M, "The Influence of Religiosity On Consumer Behavior in Purchasing Halal Label Cosmetics. *Ijtihad*" *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, Vol 15, No.1 (2021), 211.

<sup>15</sup> Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Hukum* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), 216.

yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika. Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut.

Permasalahan yang terjadi dalam fenomena saat ini mengenai banyaknya peredaran kosmetik dipasaran dan *mart* lainnya yang belum tercap label halal yang bisa saja membahayakan bagi pengguna termasuk mahasiswi fakultas syariah dan ekonomi islam yang menganggap bahwa tidak semua mahasiswi menganggap label halal itu penting ketika menggunakan kosmetik, selagi mereka dapat merasakan manfaat dari produk yang dipakai, oleh karenanya mereka tidak masalah untuk tetap menggunakannya. Karena mereka menganggap bahwa produk yang tidak memiliki label halal bukan berarti produk tersebut tidak baik. Harapan yang ingin diperoleh dalam fenomena seperti ini diharapkan bahwasannya sebagai umat islam mengharuskan untuk menggunakan kosmetik berlabel halal karena menyadari nilai-nilai keagamaan salah satunya sebagai bentuk syariat islam termasuk ke dalam tindakan rasional instrumental. Kemudian memaknai kosmetik berlabel halal sebagai salah satu bentuk dalam menjalankan syariat islam karena terhindar dari bahan yang haram dan tidak akan mempengaruhi amal ibadah.

Dalam pandangan hukum islam menegaskan, industri kosmetik halal bukan semata-mata urusan kecantikan, melainkan Dalam pandangan hukum islam menegaskan, industri kosmetik halal bukan semata-mata urusan kecantikan, melainkan lebih menekankan kesehatan dilandasi pandangan dunia *halal lifestyle*. Islam seperti diajarkan Nabi Saw. sangat menekankan *halal lifestyle* untuk manifestasi kesehatan, termasuk perkara kosmetika. Oleh karena itu, ajaran Nabi Saw. tentang kosmetik halal perlu pengkajian bagi pengayaan khazanah Islam.<sup>16</sup> Bahwa dalam bisnis dengan labelisasi halal,

---

<sup>16</sup> Abdullah, M. A, "Global halal industry: realities and opportunities" *JIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)*, Vol. 5, No. 1, (2020), 47.

sertifikasi halal, kosmetik halal merupakan atribut kecantikan sesuai ajaran Islam. Namun, sebagian lagi memandang halal sebagai konsep universal bukan eksklusif individu muslim. Konsumen produk kosmetik halal dipengaruhi tingkat religiusitas dan halal dipahami sebagai konsep universal, selain itu Isu halal terangkum dalam pandangan dunia tentang *halal lifestyle*. Wacana halal di dunia Islam seakan hanya cakupan bidang fiqh (syariah) tetapi pada dasarnya melingkupi seluruh keilmuan islam melalui term *halalan toyyiban* hal ini meliputi berbagai bidang, seperti pariwisata, obat-obatan, makanan, dan kosemetika.



**Gambar 1. 1**  
**Kerangka Pemikiran**

## G. Metodologi Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami tinjauan hukum islam terhadap suatu penggunaan label *halal kosmetik* untuk kesehatan dalam pandangan dunia tentang *halal lifestyle*. Sehingga hadis ini *maqbul* dan otomatis *ma'mul bih* bagi amalan muslim. Hanya saja pengguna kosmetika halal jangan terjebak atribut bisnis labelisasi halal, meskipun produk kosmetik halal telah mencantumkan sertifikat halal, dan tingkat religiusitas hendaknya diarahkan bukan pada kecantikan melainkan kesehatan.<sup>17</sup>

Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai implikasi manfaat bagi pengayaan khazanah Islam, khususnya konsumen, produsen, dan regulator kosmetika halal. Dan merekomendasikan kepada konsemen, khususnya produsen dan regulator untuk menekankan produk kosmetika halal sebagai jaminan bersih, sehat, dan aman dalam lanskap pandangan dunia *halal lifestyle*.<sup>18</sup>

### 1. Metode dan Pendekatan Penelitian

#### a. Metode penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang ditunjuk untuk mendeskripsikan dan menganalisis Perilaku mahasiswi, kosmetik, label halal, fatwa MUI. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Misalnya

<sup>17</sup> Ahmad, F. A, "The Halal Lifestyle of Muslim Working Women" *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 8, No.5, (2018), 1138.

<sup>18</sup> Firmansyah, E. A, Muslim Consumer Behavior and Purchase. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, Vol. 5, No. 1, (2021), 11–30.

perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain.<sup>19</sup> Adapun penelitian kualitatif mempunyai dua tujuan utama, yang pertama yaitu, menggambarkan dan mengungkap (*to describe and explore*) dan kedua menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*).

b. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan melalui pengumpulan data dan latar alami dengan memanfaatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan menggunakan pendekatan induktif. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis “Perilaku Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam Menggunakan kosmetik label halal pada *Mart Eka* kosmetik dalam Tinjauan Hukum Islam” langsung kepada mahasiswi fakultas syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang terlibat langsung dalam aktivitas perilaku mereka pada saat melakukan keputusan dalam menggunakan kosmetik pada *mart* tersebut. Sehingga penulis akan mendapatkan informasi yang lengkap mengenai isu yang diteliti.

## 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh.<sup>20</sup> Adapun sumber data dalam penelitian ini ada dua macam yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder

a. Data primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari tempat penelitian, berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi

<sup>19</sup> Lexi J. Moleng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2012),6.

<sup>20</sup> Arikunto, Suharsimi, *Metodelogi Penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), 1.

dilapangan, yang dialami, dirasakan, dipikirkan oleh informan atau sumber data. Adapun yang dijadikan sumber data primer yakni data-data yang di dapatkan dari hasil wawancara serta pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada *Mart Eka Kosmetik Cirebon*.

b. Data Sekunder

Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.<sup>21</sup> Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan, seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Maksud dari teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh oleh peneliti guna mendapatkan data-data yang berkaitan dalam suatu penelitian tertentu. Sebagaimana yang telah peneliti jelaskan di atas, bahwa penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif. Sebagai usaha untuk mendapatkan data objektif, maka penelitian ini mempergunakan data yang diperoleh melalui pengumpulan data sesuai dengan metode pendekatan yang dipergunakan, yaitu pendekatan penelitian kualitatif. Karena peneliti menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif, maka data-data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik.

Sugiyono menjelaskan bahwasanya pengumpulan data dapat diperoleh dengan melakukan observasi, studi pustaka, wawancara, dokumentasi dan gabungan atau triangulasi.<sup>22</sup> Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

---

<sup>21</sup>Afrida Lindia Rahman, Endang Siti Astuti, et.al, “Analisis Pelaksanaan Pemeriksaan Pajak Dalam Pencapaian Target Penerimaan Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Blitar)”, *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, Vol. 9 No. 1 (2016), 3.

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 244.

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.<sup>23</sup> Adapun wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak berstruktur, di mana di dalam metode ini memungkinkan pertanyaan berlangsung luwes, arah pertanyaan lebih terbuka, tetap fokus, sehingga diperoleh informasi yang kaya dan pembicaraan tidak kaku.

b. Observasi

Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu dengan mengadakan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data yang valid. Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia. Maksudnya adalah observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta.<sup>25</sup> Dalam hal ini peneliti mengadakan pengamatan langsung terhadap *Mart* eka kosmetik di jalan pekiringan Cirebon. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait

<sup>23</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 160.

<sup>24</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, 143.

<sup>25</sup> Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)", *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8, No. 1 (Juli 2016), 26.

sejauh mana jual beli produk kosmetik berlabel halal pada *Mart* eka dalam hukum islam.

c. Dokumentasi

Pengertian dokumen di sini adalah mengacu pada material (bahan) seperti fotografi, video, film, memo, surat, diari, rekaman kasus klinis dan sejenisnya yang dapat digunakan sebagai informasi suplemen sebagai bagian dari kajian kasus yang sumber data utamanya adalah observasi partisipan atau wawancara.<sup>26</sup> Adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian di sini yakni catatan-catatan kecil, buku-buku dan gambar-gambar yang ditemukan peneliti di lapangan.

**4. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.<sup>27</sup> Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman. Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga alur kegiatan yang terjadi bersamaan, yakni sebagai berikut:<sup>28</sup>

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari laporan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti

<sup>26</sup>Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 179.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 245.

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 246-252.

merangkum data, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. Penyajian Data

Penyajian data penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.

c. Verifikasi atau Penyimpulan Data

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

**5. Lokasi Penelitian**

Penelitian tentang perilaku mahasiswi dalam menggunakan kosmetik label halal dalam tinjauan hukum islam ini dilaksanakan di Jalan Pekiringan, Kecamatan Pekalipan Cirebon.



## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini berpedoman kepada buku “ *Pedoman Skripsi Tahun 2021 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam* ” yang diterbitkan oleh pihak Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Agar dapat memudahkan pemahaman dan pembahasan, maka oleh penulis diupayakan penulisan secara sistematis. Oleh karenanya skripsi ini oleh penulis disusun menjadi beberapa bab antara lain:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

BAB ini memaparkan dan menjelaskan pendahuluan. Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENJUALAN PRODUK YANG TIDAK MEMPUNYAI LABEL HALAL**

BAB ini memaparkan dan menjelaskan pengertian dasar hukum islam tentang penjualan produk kosmetik yang tidak mempunyai label halal, label halal, mahasiswi, hukum islam, perilaku konsumen, kosmetik, jenis-jenis, dan fungsi.

### **BAB III: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

BAB ini memaparkan gambaran umum profil *mart eka*, gambaran umum fakultas syariah, mahasiswi fakultas syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon seperti visi misi, tujuan struktur organisasi..

### **BAB IV: TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERILAKU MAHASISWI FAKULTAS SYARIAH IAIN SYEKH NURJATI CIREBON DALAM MEMBELI PRODUK PADA MART EKA KOSMETIK**

BAB ini memaparkan tentang hasil penelitian dan pembahasan “Analisis Perilaku Mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Syekh Njati Cirebon dalam menggunakan kosmetik label halal pada *Mart Eka* kosmetik dalam hukum

islam dengan cara analisis data-data yang didapat penyusun mengkorelasikan dengan referensi literatur-literatur yang terkait dengan tema penelitian.

### **BAB V: PENUTUP**

BAB ini memaparkan kesimpulan, dan saran atas permasalahan yang diangkat oleh peneliti, daftar pustaka, serta lampiran.

