

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK
YANG TIDAK BERLABEL HALAL PADA LPPOM MUI
(Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo)**

SKRIPSI



Oleh:

Diah Aprilia Sari

NIM 401180027

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

ABSTRAK

Sari, DiahAprilia.Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Berlabel Halal Pada LPPOM MUI (Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo). *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam NegeriPonorogo, Pembimbing: Unun Roudlotul Janah, M. Ag.

Kata Kunci : Persepsi Mahasiswa, Produk Kosmetik, Label Halal

Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo dalam menggunakan produk kosmetik masih banyak yang menggunakan kosmetik yang tidak berlabel halal pada LPPOM MUI. Dimana jelas produk tersebut berbahaya, karena standarisasi keamanan dan kualitas dapat dilihat dari adanya label LPPOM MUI pada kemasan. Dalam hal membeli dan menggunakan produk kosmetik para mahasiswi memiliki persepsi yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo tentang kosmetik yang tidak berlabel halal pada LPPOM MUI.

Peneliti ini menggunakan metode *field research* (penelitian lapangan), dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Untuk teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu wawancara dan dokumentasi. Untuk wawancara dilakukan kepada tigabelas orang responden yaitu kepada para mahasiswi FEBI angkatan 2018 IAIN Ponorogo. Lokasi penelitian adalah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Kampus II IAIN Ponorogo.

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa dalam proses masukan bahwa membeli produk kosmetik berlabel halal atau tidak itu tergantung pada masing-masing mahasiswi. Di proses selektivitas dipengaruhi oleh faktor seringnya mereka melihat dan mendengar suatu iklan di media sosial serta iklan yang ditampilkan di *billboard*. Dan di dalam proses penutupan bahwa dalam membeli produk kosmetik masih banyak yang tidak menghiraukan label kehalalan pada kemasan, akrena yang terpenting menurut para mahasiswi adalah kecocokan terhadap kulit masing-masing ketika digunakan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Diah Aprilia Sari	401180027	Ekonomi Syariah	Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Berlabel Halal pada LPPOM MUI (Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo)

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.


Ponorogo, 17 April 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Duhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui


Unun Roudlotul Janah, M. Ag
NIP. 197507162005012004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Berlabel Halal Pada LPPOM MUI (Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo).

Nama : Diah Aprilia Sari

NIM : 401180027

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :

Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.

NIP 197202111999032003

(.....)

Penguji I :

Muchtim Humaidi, M. IRKH.

NIDN 2027068103

(.....)

Penguji II :

Unun Roudlotul Jannah, M. Ag.

NIP 197507162005012004

(.....)

Ponorogo, Senin/30/Mei/2022

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. H. Lythi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP 197207142000031005



LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanggungjawab dibawah ini:

Nama : Diah Aprilia Sari
NIM : 401180027
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Berlabel Halal Pada LPPOM MUI (Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo)

Menyatakan bahwa naskah telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing, selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di E-Theses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tersebut seluruhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 April 2022

Pembuat Pernyataan



Diah Aprilia Sari

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diah Aprilia Sari

NIM : 401180027

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK
BERLABEL HALAL PADA LPPOM MUI

(Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 17 April 2022

Pembuat Pernyataan



Diah Aprilia Sari

NIM 401180027

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Studi Penelitian Terdahulu	8
F. Metode Penelitian	11
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	11
2. Lokasi Penelitian	11
3. Data dan Sumber Data	12
4. Teknik Pengumpulan Data	12
5. Teknik Pengolahan Data	13
6. Analisis Data	15
7. Teknik Pengecekan Data	15

G. Sistematika Pembahasan	16
---------------------------------	----

BAB II. KAJIAN TENTANG PERSEPSI MAHASISWA, KOSMETIK DAN LABEL HALAL

A. Persepsi Mahasiswa	
1. Pengertian	18
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	20
3. Jenis-Jenis Persepsi	25
4. Indikator Persepsi	26
B. Kosmetik dan Label Halal	
1. Pengertian Kosmetik	28
2. Label Halal	31
3. Lembaga Halal LPPOM MUI	32

BAB III. PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Profil FEBI IAIN Ponorogo	35
2. Visi dan Misi	37
B. Data	
1. Proses Masukan terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal	39
2. Proses Selektivitas terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal	43
3. Proses Penutupan terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal	46

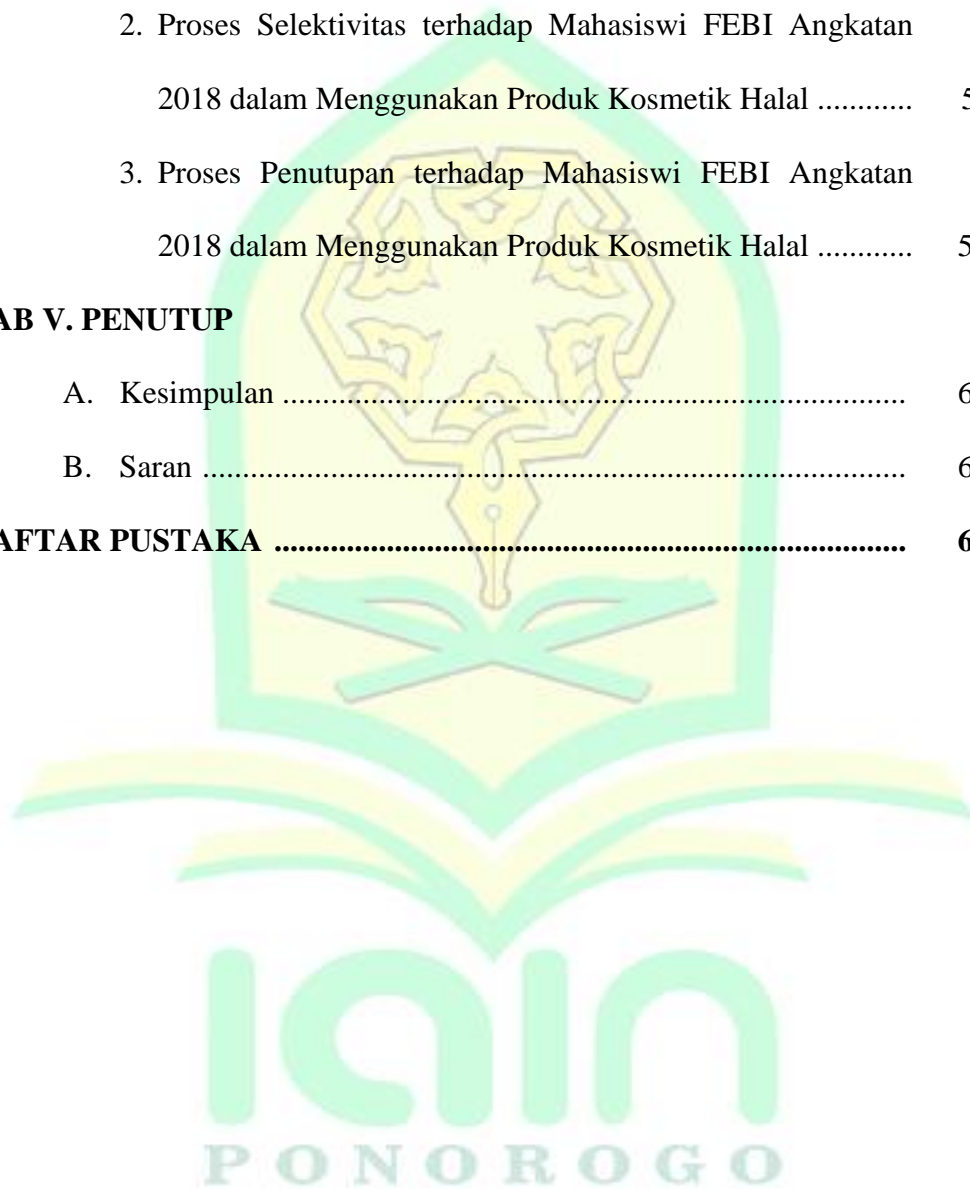
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISIS

1. Proses Masukan terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal	50
2. Proses Selektivitas terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal	56
3. Proses Penutupan terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal	59

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	64
-----------------------------	-----------



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian, yaitu selain untuk kecantikan, kosmetik juga menjadi salah satu bagian dunia usaha. Berdasarkan SK MENKES No. 140/1991, kosmetika adalah sediaan/campuran bahan yang siap digunakan pada bagian luar, rongga mulut dan gigi dengan tujuan untuk menambah daya tarik, membersihkan, mengubah penampilan, memperbaiki bau badan, melindungi supaya dalam keadaan baik, tetapi tidak dimaksudkan untuk menyembuhkan atau mengobati penyakit.¹

Bagi wanita kosmetik saat ini sudah menjadi bagian dari hidup dan tidak dapat di pisahkan lagi. Sekarang ini banyak sekali produk-produk kosmetik yang beredar di masyarakat dengan berbagai macam inovasi produk seiring dengan banyaknya wanita yang ingin tampil cantik. Dalam menggunakan produk kosmetik setiap konsumen pastilah tidak sama atas efek yang ditimbulkan, karena mengingat produk kosmetik terdapat kandungan bahan kimia yang dapat menimbulkan resiko pada setiap konsumennya. Mengingat sekarang banyak sekali produk kosmetik palsu yang beredar di pasaran yang dilakukan oleh seorang pencari keuntungan tanpa memikirkan dampak negatif bagi penggunaannya.

¹ Dina Rahmawanty & Destria Indah Sari, *Buku Ajar Teknologi Kosmetik* (Malang: CV IRDH, 2019), 2.

Dalam mengatur beredarnya produk kosmetik yang aman dan tidaknya diperlukan peran dari pengawasan pemerintah agar konsumen merasa aman dan ada perlindungan dari pemerintah mengenai produk kosmetik yang mereka gunakan. Dengan demikian dibentuklah Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) yang menguji mengenai kehalalan suatu produk dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Pada tahun 1989 Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM). Dibentuknya LPPOM ini dengan tujuan untuk membantu Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi, bimbingan dan menentukan kebijaksanaan mengenai obat-obatan, pangan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam. LPPOM juga memberikan wewenang mengenai sertifikasi halal terhadap perusahaan yang akan mencantumkan labelisasi halal.²

Sebagian besar wanita menganggap bahwa label halal itu sangatlah penting, terutama para mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 yang setiap harinya menggunakan produk kosmetik. FEBI adalah salah satu fakultas di IAIN Ponorogo yang terdiri dari 3 prodi, *pertama* Ekonomi Syariah (ES), *kedua* PS dan yang *ketiga* WAZAWA. Para mahasiswi FEBI merupakan konsumen muslim yang menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal.

Peneliti memilih mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Angkatan 2018 dikarenakan seluruhnya merupakan beragama Islam dan

² Nevatun Sholikhah, "Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk Kajen Kab. Pekalongan)," *Skripsi* (Pekalongan: IAIN Pekalongan, 2019), 5.

mahasiswi FEBI bisa menerangkan dengan kritis terhadap informasi yang diperoleh, menguasai ilmu & teori tentang perilaku konsumen serta menjadi salah satu populasi yang sangat membutuhkan produk kecantikan untuk menunjang penampilan agar lebih menarik. Adapun jumlah mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 berjumlah 557 mahasiswa, yang terdiri dari 24 mahasiswa MAZAWA, 300 mahasiswa ES dan 233 mahasiswa PS.³

Meskipun telah banyak produk kosmetik yang berlabelisasi halal dan mengetahui bahwa Islam melarang manusia untuk mengonsumsi suatu produk yang tidak halal dan berbahaya, akan tetapi kenyataannya masih banyak para mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 yang membeli dan menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabelisasi halal. Kesadaran para mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo ini masih rendah dalam memperhatikan kehalalan bahan yang terkandung dalam produk kosmetik. Mereka cenderung memilih produk yang sudah cocok dari segi kualitas harga, dan cocok karena sudah lama menggunakan produk tersebut. Bahkan mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 menggunakan produk tersebut tanpa memikirkan efek samping apa yang akan timbul nantinya.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti peroleh dari beberapa mahasiswi FEBI di IAIN Ponorogo ada beberapa mahasiswi yang menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabelisasi halal. Mereka menggunakan kosmetik tidak halal ini dikarenakan menginginkan kulit yang cerah dan hasilnya pun instan.

³ SistemInformasiAkademikInstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, (diakses pada tanggal 18 April 2022, jam 10.59).

Memang benar dalam pemakaian selama 1 minggu kulit wajah menjadi cerah seketika. Tetapi setelah 2 bulan pemakaian, mereka berhenti menggunakan produk kosmetik tidak halal tersebut dikarenakan sudah terpenuhinya keinginan untuk memiliki kulit wajah yang cerah dan mulus. Selang beberapa minggu kemudian mahasiswi tersebut mengalami *acne vulgaris* atau sering dikenal dengan jerawat. Jerawat ini timbul karena efek samping dari pemakaian kosmetik yang tidak memiliki keterangan dan label halal.⁴

Kasus yang paling banyak yaitu penggunaan produk pemutih yang tidak berlabel halal dari LPPOM-MUI. Dengan menawarkan harga yang terjangkau banyak para mahasiswitergiur untuk membeli. Mereka menginginkan kulit wajah cerah dengan waktu singkat namun yang terjadi setelah menggunakan produk kosmetik yang tidak halal mengakibatkan iritasi, kulit menghitam dan bahkan terjadi alergi.⁵

Berdasarkan hasil prasurvey yang peneliti lakukan melalui wawancara pertama kepada mahasiswi Ekonomi Syariah (ES) yang bernama Candra Dyah Utami menurutnya produk kosmetik yang memiliki sertifikat LPPOM itu penting. Ketika memilih produk kosmetik candra lebih tertarik pada merek dan melihat dari pengalaman seseorang yang sudah menggunakan produk tersebut.⁶ Wawancara yang kedua yaitu dengan Distyana Dwiyanti mahasiswi MAZAWA Angkatan 2018, menurutnya dalam memilih produk kosmetik yang telah terdaftar pada LPPOM MUI itu sangatlah penting. Meskipun sangat

⁴Mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo, *Observasi*, 13 Januari 2022.

⁵Ibid.,

⁶Candra Dyah Utami, *Wawancara*, 13 Januari 2022.

penting ia memilih produk dilihat dari kecocokan produk dan faktor lingkungan. Meskipun produk tersebut murah dan tidak bersertifikat LPPOM ia tetap akan membelinya.⁷

Hasil wawancara selanjutnya kepada Malinda Dwi Septiana jurusan Perbankan Syariah (PS) yang menurutnya produk kosmetik yang bersertifikat LPPOM MUI sangatlah penting. Ia dalam memilih produk juga dilihat dari kecocokan produk tersebut jika dipakai. Ketika memilih suatu kosmetik malinda terkadang melihat atau memperhatikan label sertifikat LPPOM MUI dan terkadang tidak melihat atau mengabaikannya.⁸ Beberapa mahasiswa berpendapat bahwa label sertifikat LPPOM MUI tersebut penting, meskipun pendapat mereka penting namun jarang sekali mereka melihat atau memperhatikan produk kosmetik yang terdaftar atau tidak terdaftar pada LPPOM MUI. Dalam membeli produk kosmetik mereka lebih tertuju berdasarkan kecocokan produk tersebut ketika diaplikasikan di kulit mereka dan berdasarkan iklan yang secara terus-menerus tampil di media sosial.

Alasan peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan masih banyaknya Mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018 yang menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal LPPOM MUI. Dimana jelas produk tersebut berbahaya, karena standarisasi keamanan dan kualitas dapat dilihat dari adanya label halal LPPOM MUI pada kemasan. Maka dari itu dalam hal membeli dan

⁷Distyana Dwiyanti, *Wawancara*, 13 Januari 2022.

⁸Malinda Dwi Septiana, *Wawancara*, 13 Januari 2022.

menggunakan produk kosmetik para mahasiswi memiliki persepsi yang berbeda-beda.

Faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan persepsi ada tiga proses.⁹ *Pertama*, proses masukan yaitu proses yang dimulai dari tahap rangsangan yang dapat dikategorikan dalam lima faktor yaitu faktor lingkungan, faktor konsepsi, faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri, faktor yang berhubungan dengan motif dan tujuan dan faktor pengalaman masa lampau. *Kedua*, proses selektivitas yaitu di dalam proses selektivitas ini manusia bersifat memilih dan tingkat pentingnya suatu rangsangan dapat saja berbeda antara orang yang satu dengan lainnya. *Ketiga*, proses penutupan yaitu berkenaan dengan kecenderungan individu untuk mendapatkan gambaran lengkap mengenai situasi-situasi tertentu. Peneliti menggunakan judul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Berlabel Halal Pada LPPOM MUI (Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 Iain Ponorogo)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis proses masukan (*input process*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal?
2. Bagaimana analisis proses selektivitas terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal?

⁹Adam I. Indrawijaya, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009), 34.

3. Bagaimana analisis proses penutupan (*closure*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui analisis proses masukan (*input process*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal.
2. Untuk mengetahui analisis proses selektivitas terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal.
3. Untuk mengetahui analisis proses penutupan (*closure*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai tambahan bahan referensi tentang persepsi mahasiswa mengenai produk kosmetik yang tidak berlabel halal dan sebagai bahan rujukan bagi penelitian sejenis yang dilakukan dimasa mendatang khususnya pada kajian tentang persepsi mahasiswa mengenai produk kosmetik yang tidak berlabel halal.

2. Manfaat Praktis

Memberikan pengetahuan dan wawasan bagi penulis terkait dengan persepsi mahasiswi terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal sehingga nantinya dapat berguna dan dapat diterapkan oleh mahasiswi.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu berisi tentang uraian mengenai penelitian-penelitian yang telah dilakukan dan mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Studi penelitian terdahulu berfungsi untuk mencari perbandingan dan sebagai bahan referensi penelitian.

Pertama, Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Nurul Amanah, Mahasiswa FEBI UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2021, dengan judul “Analisis Perilaku Mahasiswi dalam Menggunakan Kosmetik Label Halal di Purwokerto”. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah mahasiswa tidak mengalami kesulitan dalam memilih dan melakukan pembelian serta pemakaian kosmetik. Terdapat beberapa proses keputusan pembelian yang terdiri dari lima tahapan, yaitu: 1). Proses pengenalan kebutuhan, 2) Proses pencarian informasi, 3) proses evaluasi alternatif, 4) Proses keputusan pembelian dan 5) Perilaku pasca pembelian. Perbedaan penelitian dari segi tempat atau lokasi. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui persepsi mahasiswi terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal pada LPPOM-MUI, sedangkan yang ditulis oleh Nurul Amanah memfokuskan pada analisis perilaku mahasiswi dalam menggunakan kosmetik label halal.

Kedua, Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Nevatun Sholikhah, Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan tahun 2019, dengan judul “Persepsi Konsumen Muslim terhadap Label Halal pada Produk Kosmetik (Studi Kasus

Toko Kosmetik di Pasar Induk KAJEN Kab. Pekalongan)”. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah konsumen muslim masih banyak membeli produk kosmetik yang tidak berlabel halal, bahkan tidak memperhatikan label halal dalam produk kosmetik. Dari sepuluh konsumen muslim yang membeli produk kosmetik ada enam yang menganggap label halal sangat penting untuk kenyamanan dan keamanan pada wajah saat digunakan. Perbedaan penelitian dari segi tempat atau lokasi. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal pada LPPOM-MUI sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nevatun Sholikhah yaitu memfokuskan persepsi konsumen muslim terhadap label halal pada produk kosmetik.

Ketiga, Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Irma Ayu Sawitri, Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2018, dengan judul “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah diketahui bahwa persepsi label halal dan faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lipstik wardah. Hal tersebut cukup menunjukkan bahwa adanya kesadaran konsumen akan produk yang baik dan halal. Kesadaran tersebut seharusnya dapat mempengaruhi berkurangnya persebaran produk kosmetik yang berbahaya dan tidak berlabel halal resmi. Karena semakin tinggi kesadaran konsumen akan produk kosmetik yang baik dan

halal, berarti akan mengurangi pula permintaan kosmetik yang berbahaya dan tidak berlabel halal resmi. Dengan begitu, para produsen ilegal yang memproduksi produk kosmetik berbahaya akan kehilangan pangsa dipasaran. Perbedaan penelitian dari segi tempat atau lokasi dan metode penelitian yang digunakan oleh Irma Ayu Sawitri adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian dilakukan oleh peneliti mengenai persepsi mahasiswi terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal pada LPPOM-MUI, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Irma Ayu Sawitri terfokus mengenai pengaruh persepsi label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk lipstik wardah pada mahasiswi.

Keempat, Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Riyah Muswita Riamala Sari, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2020, dengan judul “Analisis Persepsi Kehalalan Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetika (Studi Pada Mahasiswi FEBI UIN STS JAMBI)”. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah persepsi kehalalan penting bagi mahasiswi ada saat mengambil keputusan membeli produk kosmetik karena kehalalan sangat jelas dapat memberikan jaminan bahan produk yang digunakan untuk meracik menjadi suatu produk kosmetik menggunakan bahan-bahan yang aman dari bahan kimia, serta bahan yang berbahaya yang menggunakan kandungan alkohol yang terlalu banyak dan bahan yang haram, jika tertera label halal dikemasan produk kosmetik maka sangat jelas kualitas keamanannya karena telah lulus tes dari fatwa MUI. Perbedaan peneliti dari segi tempat atau lokasi. Penelitian yang dilakukan peneliti adalah persepsi mengenai produk kosmetik

yang tidak berlabel halal dari LPPOM-MUI sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Riyah Muswita Riamala Sari mengenai persepsi kehalalan terhadap keputusan membeli produk kosmetik.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) yaitu suatu penelitian yang memahami pemahaman dan interpretasi interaksi sosial sekelompok orang, komunitas, dan kelompok masyarakat dengan mengamati dan berinteraksi dengan orang-orang dalam pengaturan alami mereka.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian jenis ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

2. Lokasi Penelitian (Penelitian Lapangan)

Dalam penelitian ini, lokasi yang digunakan oleh peneliti yaitu Kampus II IAIN Ponorogo tepatnya pada Mahasiswi FEBI. Peneliti memilih mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Angkatan 2018 dikarenakan seluruhnya merupakan beragama islam dan mahasiswi FEBI bisa menerangkan dengan kritis terhadap informasi yang diperoleh, menguasai ilmu dan menjadi salah satu populasi yang sangat membutuhkan produk kecantikan untuk menunjang penampilan agar lebih menarik.

3. Data dan Sumber Data

Dalam penulisan ini, data yang digali adalah:

- a. Proses masukan (*input process*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal
- b. Proses selektivitas terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal
- c. Proses penutupan (*closure*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal

Sedangkan sumber data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data ini didapatkan melalui orang yang dijadikan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi atau data yang biasa disebut dengan narasumber atau responden. Dalam hal ini data primer yang diperoleh langsung dari tempat penelitian yakni lingkungan IAIN Ponorogo, terutama mahasiswi FEBI Angkatan 2018 pada jurusan Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah dan Manajemen Zakat dan Wakaf.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan penting dalam kegiatan penelitian dan dilakukan setelah peneliti selesai membuat desain penelitian sesuai dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

Beberapa teknik yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian antara lain:

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Wawancara ini ditujukan kepada mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen. Dokumen ini mencari data-data tentang jumlah mahasiswa prodi Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf serta data-data lainnya.

5. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan menggunakan teknik, yaitu:

a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses *editing* terhadap hasil wawancara terhadap narasumber mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018.

b. *Classifying* (Klasifikasi)

Peneliti disini melakukan pengelompokkan semua informasi baik bersumber dari wawancara dengan subjek penelitian, pengamatan dan pendataan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh informasi yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam serta digolongkan sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dilakukan agar informasi yang telah ditemukan menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta memberikan informasi yang objektif yang diperlukan oleh peneliti. Kemudian informasi atau data tersebut dipilah dalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang diperoleh pada saat wawancara dan data yang diperoleh melalui referensi.

c. *Verifying* (verifikasi)

Verifying merupakan proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar bukti data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian. Selanjutnya adalah dengan mengkonfirmasi kembali dengan memberikan bukti yang sudah didapat kepada subjek penelitian, dalam bagian ini mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo Angkatan 2018. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa data yang didapat adalah valid dan tidak terdapat manipulasi.

d. *Concluding* (kesimpulan)

Kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah data terkait dengan objek penelitian peneliti.

6. Analisis Data

Analisis data yaitu cara yang dilakukan dengan media bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang bisa dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang bisa diceritakan orang lain. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif lapangan bersikap deskriptif.

Penelitian ini menggunakan metode berfikir induktif yaitu suatu cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah yang bertolak dari pengamatan atas hal-hal atau masalah yang bersifat khusus, kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisa data peneliti mengidentifikasi bagaimana persepsi mahasiswi terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal pada LPPOM-MUI ditinjau dari perilaku konsumen Muslim.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data/Temuan

Teknik pengecekan data menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pengecekan keabsahan data dengan memeriksa ulang data yang dapat dilakukan sebelum ataupun sesudah analisis. Triangulasi dilakukan dengan tiga strategi yaitu:

a. Triangulasi sumber

Melalui triangulasi sumber, peneliti mencari informasi lain tentang topik yang dikajinya dari sumber atau partisipan lain. Pada prinsipnya semakin banyak sumber maka akan semakin baik hasilnya.

b. Triangulasi metode

Merupakan jenis triangulasi dengan memadukan atau menggunakan lebih dari satu metode dalam menganalisis data penelitian, tidak hanya menggunakan metode wawancara saja. Pada penelitian ini peneliti tidak hanya menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara akan tetapi menggunakan beberapa metode lainnya yaitu metode dokumentasi.

c. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu yaitu melakukan pengecekan pada waktu atau kesempatan lain yang berbeda.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis membagi pembahasan dalam lima bab, yang masing-masing babnya terdapat sub bab. Sistematika pembahasan dalam penulisan penelitian ini antara lain:

Bab I adalah Pendahuluan. Pendahuluan berisi uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat dari penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan yang menyangkut tentang penelitian ini.

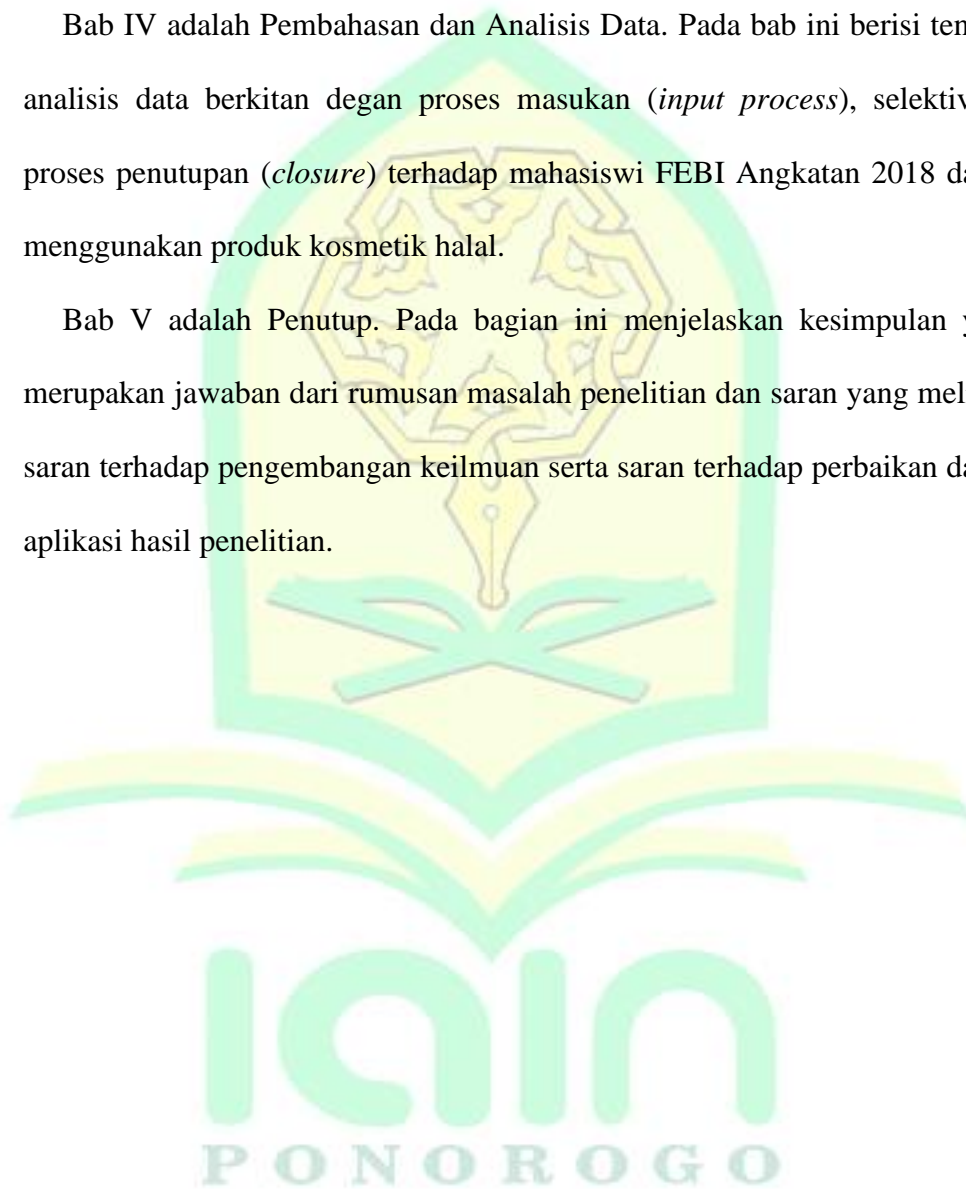
Bab II adalah Kajian Teori. Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian. Teori-teori yang dibahas yaitu teori tentang persepsi mahasiswa, kosmetik dan label halal, dan perilaku konsumen.

Bab III adalah Paparan Data. Pada bab ini berisi tentang paparan data yang mencakup profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan profil

mahasiswa FEBI, proses masukan (*input process*), selektivitas, proses penutupan (*closure*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal.

Bab IV adalah Pembahasan dan Analisis Data. Pada bab ini berisi tentang analisis data berkaitan dengan proses masukan (*input process*), selektivitas, proses penutupan (*closure*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal.

Bab V adalah Penutup. Pada bagian ini menjelaskan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian dan saran yang meliputi saran terhadap pengembangan keilmuan serta saran terhadap perbaikan dalam aplikasi hasil penelitian.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Persepsi Mahasiswa

1. Pengertian

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses mengorganisasikan dan memaknakan kesan-kesan indra untuk memberikan arti terhadap lingkungannya. Seseorang mempersepsikan terhadap sesuatu dapat berbeda dengan kenyataan yang objektif. Secara etimologi, persepsi berasal dari bahasa latin: *perception* yang berarti menerima atau mengambil.¹ Ali Hasan mengatakan bahwa persepsi merupakan proses individu atau konsumen memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi (memaknai) masukan-masukan informasi yang dapat menciptakan gambaran objek yang memiliki kebenaran subjektif (bersifat personal), memiliki arti tertentu, dapat dirasakan melalui perhatian, baik secara selektif, distorsi maupun retensi.

Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap sesuatu benda ataupun sesuatu kejadian yang dialami.² Di dalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu objek yang dapat bersifat positif/negatif, senang atau tidak senang dan sebagainya. Persepsi juga merupakan suatu proses

¹Agrosamdhyo, *Objektivitas Mahasiswa dalam Berwirausaha* (Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2020), 11.

²Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Offset, 2004), 110.

yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.

Dengan demikian, persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsang melalui pancaindra yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan, dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada di luar maupun dalam diri individu.

Mahasiswa merupakan seseorang yang belajar baik di sekolah tinggi, institut, universitas, akademi maupun di perguruan tinggi. Dalam istilah umum, maha adalah strata tertinggi dalam sebuah kehidupan. Maka bisa dipastikan mahasiswa adalah murid yang belajar menuntut ilmu di perguruan tinggi. Mahasiswa adalah seseorang yang sudah lulus dari Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) dan sedang menempuh pendidikan tinggi. Berdasarkan hal itu, mahasiswa biasanya berumur 18 tahun, umur yang sudah dikategorikan sebagai orang dewasa.³

Jadi dapat disimpulkan persepsi mahasiswa adalah seseorang yang melakukan proses memilih suatu objek atau peristiwa melalui panca indra sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

³Daldiono, *How to Be a Real and Successful*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 139.

2. Faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan persepsi

Adapun faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya perbedaan persepsi menurut Indrawijaya adalah:⁴

a. Proses masukan (*input process*)

Proses persepsi dimulai dari tahap penerimaan rangsangan, yang ditentukan baik oleh faktor luar maupun oleh faktor di dalam manusia itu sendiri, yang dapat dikategorikan atas lima hal, yaitu:

- 1) Faktor lingkungan, yang secara sempit hanya menyangkut warna, bunyi, sinar dan secara luas dapat menyangkut faktor sosial ekonomi. Keadaan sosial ekonomi pada seseorang dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap suatu objek. Anak-anak yang berasal dari keluarga miskin menganggap uang Rp. 10.000,- merupakan jumlah yang banyak. Namun tidak demikian bagi mereka yang berasal dari keluarga kaya.⁵ Semua unsur faktor ini mempengaruhi seseorang dalam menerima dan menafsirkan suatu rangsangan.
- 2) Faktor konsepsi, yaitu pendapat dan teori seseorang tentang manusia dengan segala tindakannya. Seseorang yang mempunyai konsepsi, pendapat, dan teori bahwa manusia pada dasarnya baik, cenderung menerima semua rangsangan sebagai

⁴ Adam I. Indrawijaya, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009), 34.

⁵ Nina Ariyani Martini & Ida Farida, *Psikologi Perpustakaan*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2009), 4.32.

sesuatu yang baik atau paling tidak sebagai sesuatu yang bermanfaat. Orang yang mempunyai konsepsi, pendapat, dan teori bahwa manusia itu jahat, cenderung mencurigai rangsangan sebagai sesuatu yang negatif dan harus dicurigai latar belakangnya. Selanjutnya, yang berpendapat bahwa seseorang tidak seluruhnya baik dan tidak seluruhnya jahat, akan cenderung mencari tahu dan berusaha mengerti secara keseluruhan latar belakang setiap rangsangan. Bagi orang yang melihat bahwa dalam diri setiap manusia selalu terdapat kekurangan dan kebaikan tertentu, cenderung lebih mau memperhatikan alasan tindakan atau perilaku seseorang.

- 3) Faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri.⁶Konsep diri merupakan gambaran mengenai ciri-ciri, kualitas, identitas yang kita miliki. Konsep diri bisa tampil secara jelas maupun kurang jelas. Jadi ada orang yang dapat mendeskripsikan dirinya secara jelas, namun ada pula yang tidak. Walaupun ia tidak dapat menggambarkan kualitas dirinya secara jelas, namun konsep diri tetap ada. Konsep diri merupakan sesuatu yang amat berarti karena akan menentukan bagaimana kita berhubungan dengan orang lain. Kita mengetahui diri kita melalui orang-orang lain. Dari cara orang lain memperlakukan kita, kita dapat menarik kesimpulan

⁶Ibid., 4.20.

bagaimana persepsi mereka terhadap diri kita. Dari situ kita mengetahui bagaimana diri kita. Jadi respon orang lain terhadap diri kita merupakan semacam cermin dari diri kita. Bila kita sering mendapatkan perlakuan positif dari orang lain maka kita akan mempunyai persepsi diri yang positif. Melalui pengalaman-pengalaman persepsi yang positif maka akan terbentuk konsep diri yang positif. Sebaliknya jika kita sering mendapat perlakuan negatif, maka kita akan memiliki persepsi diri yang negatif. Dari situ terbentuk konsep diri yang negatif.

- 4) Faktor yang berhubungan dengan motif dan tujuan, yang pokoknya berkaitan dengan dorongan dan tujuan seseorang serta menafsirkan suatu rangsangan. Dapatlah dimengerti bahwa orang selalu berusaha menarik manfaat dari suatu rangsangan untuk kepentingan sendiri, karena usaha menarik manfaat tersebut akan memberi suatu harapan baginya.
- 5) Faktor pengalaman masa lampau.⁷Apa yang dialaminya pada masa lampau akan diingatnya serta akan mempengaruhinya dalam menanggapi rangsangan yang dialaminya. Pengalaman-pengalaman masa lampau atau terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsi dunianya.

⁷Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi*, 129.

b. Selektivitas

Dalam kehidupan manusia setiap saat akan menerima banyak sekali rangsangan dari lingkungannya, baik yang bersifat terbatas maupun yang lebih luas lagi. Dalam menerima rangsangan, kemampuan manusia sangat terbatas. Artinya, manusia tidak mampu memproses seluruh rangsangan dan ia cenderung memberikan perhatian pada rangsangan tertentu saja. Jadi manusia bersifat memilih, walaupun sering tidak disadari, dalam rangsangan yang akan dihadapinya, yaitu yang mempunyai relevansi, nilai dan arti baginya. Ini berarti pula bahwa tingkat pentingnya suatu rangsangan dapat saja berbeda antara orang yang satu dengan lainnya.⁸ Yang dapat mempengaruhi proses seleksi ini adalah sebagai berikut:

- 1) Repetisi/Frekuensi, sesuatu yang sering kita lihat, kita dengarkan sebagainya akan lebih mudah kita kenal dan ingat dibanding dengan sesuatu yang jarang dilihat, didengar dan sebagainya. Sesuatu yang sering muncul/berulang-ulang akan lebih kita perhatikan. Misalnya kita akan lebih memperhatikan iklan yang muncul berulang kali di bandingkan iklan yang hanya muncul sekali.

⁸Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi*, 128.

- 2) Gerakan, sesuatu yang bergerak akan lebih banyak menarik perhatian dari pada sesuatu yang diam. Misalnya iklan di TV akan lebih menarik perhatian dari pada iklan di koran.
- 3) Intensitas/Ukuran, benda-benda yang ukurannya besar cenderung lebih kita perhatikan, Misalnya iklan yang ukurannya lebih besar akan lebih menarik perhatian dibandingkan iklan yang hanya terdiri dari 5 atau 6 kolom.
- 4) Kontras/Sesuatu yang baru (*Novelty*), sesuatu yang berbeda dari yang lainnya atau sesuatu yang baru akan cenderung lebih diperhatikan. Misalnya anda sedang membaca modul, tiba-tiba terdengar suara musik yang sangat keras. Maka perhatian Anda akan teralih pada suara musik tersebut.⁹

c. Proses penutupan (*closure*)

Proses penutupan (*closure*) dalam pembentukan persepsi adalah berkenaan dengan kecenderungan individu untuk mendapatkan gambaran lengkap mengenai situasi-situasi tertentu. Jadi seseorang merasakan lebih daripada yang ditunjukkan oleh informasi. Ia menambahkan masukan informasi apa saja yang tampaknya cocok untuk menutup system itu dan membuatnya bermakna dan menunjang. Tingkat kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan selalu terbatas. Namun demikian, manusia selalu mengisi apa yang masih kurang dengan pengalamannya sendiri. Ini biasanya

⁹Nina Ariyani Martini & Ida Farida, *Psikologi Perpustakaan*, 4.6.

terjadi kalau ia sudah merasa bahwa ia sudah memahami keseluruhan situasi. Proses untuk melengkapi atau menutupi jurang informasi yang ada, disebut proses penutupan.¹⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses seseorang individu memandang dan menafsirkan lingkungannya. Persepsi setiap orang pada situasi yang sama bisa saja berbeda.

3. Jenis-jenis persepsi

Menurut Irwanto setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang dipersiapkan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Persepsi positif, persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatan.
- b. Persepsi negatif, persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang dipersepsi.

Dapat disimpulkan bahwa persepsi itu baik positif maupun negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan dan munculnya suatu persepsi positif atau pun negatif semua itu bergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsi.

⁹ Arifin Tahir, *Buku Ajar Perilaku Organisasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 59.

4. 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 melengkapi pendapat-pendapat sebelumnya, yaitu adanya unsur-unsur evaluasi atau penilaian terhadap objek persepsi. Robbins menetapkan indikator-indikator persepsi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Penerimaan proses, penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi dalam tahap fisiologis, yaitu berfungsinya indera untuk menangkap rangsang dari luar.
- b. 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 individu yang lain menilai rangsang yang sama tersebut sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan.

Sedangkan indikator persepsi menurut Bimo Walgito antara lain:¹¹

- a. 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

¹¹Adnan Achiruddin Saleh, *Pengantar Psikologi*, (Makassar: Aksara Timur, 2018), 6.

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.

- b. 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).
- c. Penilaian atau evaluasi setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. 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.¹²

B. Kosmetik Dan Label Halal

¹²Ibid., 6.

1. Pengertian kosmetik

Kosmetika berarti obat atau bahan untuk mempercantik wajah, kulit, rambut, dan sebagainya seperti bedak dan pemerah bibir. Kata kosmetika berasal dari bahasa Yunani *kosmetikos* yang artinya “keahlian dalam menghias”.¹³ 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.¹⁴

Kosmetik digunakan secara luas baik untuk kecantikan maupun untuk kesehatan. Kosmetik berguna untuk memperbaiki kesehatan, kebersihan dan penampilan fisik manusia dan melindungi bagian tubuh dari kerusakan yang disebabkan oleh lingkungan. Penggunaan kosmetik harus diperhatikan, kesalahan dalam memilih kosmetik dapat menyebabkan berbagai macam masalah. Efek penggunaan kosmetik yang salah atau palsu dapat menimbulkan berbagai hal, mulai dari perubahan warna kulit yang pada akhirnya dapat menyebabkan bintik-bintik hitam pada kulit, perubahan warna kulit, alergi, iritasi kulit, kulit kemerah-merahan, rasa pedih dan terbakar.¹⁵

a. Penggolongan kosmetik

¹³Elvyra Yulia & Neneng Siti Silfi Ambarwati, *Dasar-Dasar Kosmetika untuk Tata Rias* (Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan UNJ, 2015), 1.

¹⁴Claudia windasari wijaya, *The Beauty Is In You* (Yogyakarta: CV. Absolute Media, 2018), 6.

¹⁵Helsy Zella Rafita, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung),” *Skripsi* (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017), 64.

Perkembangan teknologi dalam formulasi kosmetik menyebabkan produk kosmetik yang beredar jumlahnya sangat banyak. Jumlah yang sedemikian banyak tersebut dapat ddibedakan menurut penggolongannya. Beberapa penggolongan kosmetik adalah sebagai berikut:

1) Menurut bahan yang digunakan

Menurut bahan yang digunakan dan cara pengolahannya, kosmetik dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

- a) **Kosmetik tradisional** merupakan kosmetik alami atau asli yang terbuat dari bahan alam dan diolah menurut resep dan cara yang telah turun temurun dilakukan. Misalnya: mangir lulur.
- b) **Kosmetik semi tradisional** merupakan kosmetik tradisional yang diolah dan diproduksi dengan cara ,odern, dan diberi bahan pengawet agar kosmetik tahan lama.
- c) **Kosmetik modern** merupakan kosmetik yang diproduksi oleh industry kosmetik, telah dilakukan formulasi di laboratorium, mengandung bahan-bahan kimia termasuk bahan kimia yang ditambahkan yang bertujuan untuk mengawetkan sediaan kosmetik tersebut.¹⁶

2) Menurut kegunaan bagi kulit

¹⁶Ibid., 9.

a) Kosmetik perawatan kulit (*skin-care cosmetics*)

Jenis ini perlu untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit. Adapun jenis kosmetik perawatan kulit yaitu, kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*) misalnya moisturizing cream, night cream, anti wrinkle cream, kosmetik pembersih (*cleanser*) misalnya sabun cleansing cream, cleansing milk, penyegar kulit, kosmetik pelindung misalnya sunscreen cream, fondation, dan kosmetik pengampelas (*peeling*) seperti scrub cream, dan masker.

b) Kosmetik riasan (dekoratif)

Jenis ini diperlukan untuk merias dan menutupi cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik seperti percaya diri. Dalam kosmetik riasan, peran zat pewarna dan zat pewangi sangat besar.

c) Kosmetik pengobatan (*cosmetics*)

Secara garis besar, kosmetik pengobatan (*cosmetics*) yang dapat mengatasi kelainan kulit dan adneksanya adalah: Kosmetik pengobatan untuk mengatasi penuaan kulit, terutama penuaan kulit yang belum waktunya atau penuaan dini (*premature aging*)

Kosmetik pengobatan untuk mengatasi kelainan kulit, terutama jerawat dan noda-noda hitam (*hiperpigmentasi*).¹⁷

2. Label Halal

a. Pengertian

Label merupakan tampilan atau gambar yang menjadi bagian dari suatu kemasan suatu produk. Label yang tercantum pada suatu produk salah satunya adalah label halal, label halal merupakan suatu jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut telah lolos pengujian kehalalan sesuai dengan syariat Islam.

Sertifikat Label Halal merupakan Fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang diberikan kepada perusahaan yang telah mengajukan uji kehalalan suatu produk dan merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk.¹⁸

3. Lembaga Halal LPPOM-MUI

LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia merupakan lembaga yang bertugas

¹⁷Bernardus Bambang Waluyo, *Sehat dan Cantik dengan Cica, Centella asiatic* (Blitar: guepedia, 2020), 48.

¹⁸Syafrida Hafni Sahir, "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan," *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, (November 2016), 3.

untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi agama Islam yakni halal atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat. Lembaga ini berdiri pada tanggal 6 Januari 1989 dan didirikan atas keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989. Sertifikat produk halal merupakan surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan Dewan Pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat.¹⁹

Berdasarkan Surat Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Nomor: Kep. 311/MUI/1X/2000, tugas Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM-MUI) adalah sebagai berikut:

- a. Mengaudit makanan, obat-obatan dan kosmetika yang diajukan oleh produsen untuk mendapatkan Sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia.
- b. Mengaudit makanan, obat-obatan dan kosmetika yang mencantumkan Label Halal pada kemasan produknya.

¹⁹Linda Kurniawati, "Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wardah pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 24.

- c. Menyampaikan hasil auditnya secara rinci dan hasil pengkajiannya kepada Komisi Fatwa untuk mendapatkan pertimbangan hukum, selanjutnya akan dikeluarkan sertifikat oleh Majelis Ulama Indonesia.
- d. Mengadakan kegiatan-kegiatan dalam rangka kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta dalam dan luar negeri, serta melaksanakan tugas lainnya yang diberikan oleh Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia.²⁰

Adapun wewenang LPPOM-MUI berdasarkan Surat Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Nomor: Kep. 311/MUI/IX/2000, tugas Lembaga Pengkajian Pangan , Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM-MUI) adalah sebagai berikut:

- a. Bersama-sama dengan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia melaksanakan pembentukan lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia Daerah.
- b. Mengadakan rapat kerja nasional sekurang-kurangnya dua tahun sekali.
- c. Mengadakan kegiatan-kegiatan dalam rangka memasyarakatkan pangan halal kepada umat Islam.
- d. Mengundang para ahli untuk mendiskusikan suatu masalah yang berhubungan dengan pangan, obat-obatan dan kosmetika
- e. Memberikan teguran, peringatan, baik lisan maupun tertulis kepada produsen yang menyalahgunakan Sertifikat Halal yang telah diberikan

²⁰Surat Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Nomor: Kep.311/MUI/IX/2000.

Majelis Ulama Indonesia, termasuk produsen yang sengaja mengganti bahan produknya dari yang diajukan dalam proses sertifikasi.²¹



²¹LPPOM-MUI, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal* (Jakarta: LPPOM-MUI, 2008), 14.

BAB III

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK BERLABEL HALAL PADA LPPOM MUI

A. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Ponorogo

Fakultas ekonomi dan bisnis Islam (FEBI) IAIN Ponorogo merupakan fakultas paling terakhir diantara fakultas yang lainnya. Fakultas Syariah IAIN Ponorogo adalah fakultas tertua dan dulu adalah bagian dari jurusan syariah dan ekonomi Islam STAIN Ponorogo. Jurusan syariah dan ekonomi Islam STAIN Ponorogo saat ini berganti nama menjadi fakultas syariah IAIN Ponorogo. Awalnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Ponorogo ini bagian dari jurusan syariah. Ekonomi syariah dan perbankan syariah memperoleh izin pendirian pada tahun 2014. Yang memberi izin tersebut adalah Direktorat Jenderal Pendidikan Islam dan dengan SK No. 7062 pada tahun 2014. Pada tahun 2015 IAIN Ponorogo membuka jurusan baru yaitu program studi zakat dan wakaf dan dengan Surat Keputusan izin dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam No. 4723 pada tahun 2015. Berpijak pada penamaan program studi, akhirnya pada tahun 2017, program studi zakat dan wakaf berganti menjadi manajemen zakat dan wakaf dengan SK Dirjen. No. 2084 pada tahun 2017.

Momen pembukaan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah berbarengan dengan adanya alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo yang ditandai dengan

terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 75 tahun 2016 pada tanggal 1 Agustus 2016. Nama fakultas ekonomi dan bisnis Islam Institut IAIN Ponorogo secara spesifik tertuang dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 49 tahun 2016 mengenai organisasi dan tata kerja IAIN Ponorogo pada pasal 11. Dan selanjutnya juga diperkuat dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 59 tahun 2016 mengenai tatus IAIN Ponorogo.

Sebagai fakultas termuda, fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Ponorogo terus melakukan usaha perbaikan, khususnya dalam peningkatan kualitas pendidikan dan sumber daya manusia, sehingga jumlah mahasiswa terus bertambah karena adanya dorongan yang positif dari masyarakat. Untuk meningkatkan mutu pendidikan, fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Ponorogo telah mengerjakan berbagai cara seperti peningkatan kapasitas dosen melalui *workshop*/pelatihan/seminar, meneruskan ke tahap pendidikan S3, menyediakan fasilitas laboratorium untuk masing-masing jurusan, mendukung semua program mahasiswa terkait minat dan bakatnya, dan yang tak kalah pentingnya adalah akreditasi program studi/jurusan, yang sampai dengan tahun 2022 Jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah dan MAZAWA sudah terakreditasi B.¹

¹<https://febi.iainponorogo.ac.id/indx.php/profil/sejarah-febi/>, (diakses pada tanggal 24 Maret 2022, jam 20.15).

Visi, Misi

Visi

Visi fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah pusat kajian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang pengelolaan usaha mitra, kewirausahaan, zakat dan wakaf pada tahun 2021.

Misi

1. Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021
4. Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga baik dalam maupun luar negeri pada bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021².

Berdasarkan data yang peneliti peroleh jumlah mahasiswa FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo adalah 557 mahasiswa, yang terdiri dari 24 mahasiswa MAZAWA, 300 mahasiswa ES dan 233 mahasiswa PS.³ Dengan

²<https://febi.iainponorogo.ac.id/index.php/profil/visi-misi/>, (diakses pada tanggal 24 Maret 2022, jam 20.47).

³SistemInformasiAkademikInstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, (diakses pada tanggal 18 April 2022, jam 10.59).

jumlah tersebut mahasiswa Angkatan 2018 IAIN Ponorogo memiliki gaya penampilan yang beragam. Dengan demikian peneliti hanya mewancarai mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo. Peneliti memerhatikan adanya ketertarikan para mahasiswi dalam menggunakan kosmetik semata-mata sekedar keinginan atau untuk memenuhi kebutuhan.

Peneliti memilih mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Angkatan 2018 dikarenakan keseluruhan adalah menganut agama Islam, mereka bisa memaparkan secara kritis terhadap informasi yang diperoleh, menguasai teori & ilmu tentang perilaku konsumen serta menjadi salah satu populasi yang sangat membutuhkan produk kecantikan untuk menunjang penampilan agar lebih menarik. Keadaan dan kemauan para mahasiswi FEBI ini mengakibatkan mereka membeli sebuah produk kosmetik tanpa pikir panjang. Beberapa mahasiswi ini pernah menggunakan atau sedang menggunakan beberapa produk yang memang patut dipertanyakan kandungan bahan, keamanan, kehalalan dan kebersihan.

B. Data

Data penelitian ini digali menggunakan metode wawancara yang mendalam kepada informan yang telah dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah tentang persepsi mahasiswi terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal. Maraknya kosmetik yang tersebar dimasyarakat membuat label halal berperan penting, khususnya bagi para muslimah. Adanya label halal akan

membuat pemakai merasa aman menggunakan kosmetik tersebut, tanpa perlu khawatir. Untuk melihat persepsi mahasiswi terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal pada LPPOM MUI menggunakan 3 proses persepsi atau faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan persepsi, yaitu proses masukan (*input process*), selektivitas dan proses penutupan (*closure*).

1. Proses masukan (*input process*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal

Proses masukan adalah suatu proses persepsi dari tahap penerimaan rangsangan, yang ditentukan baik oleh faktor luar maupun oleh faktor didalam diri manusia.⁴ Penggalan informasi yang telah peneliti lakukan dengan metode wawancara menghasilkan keterangan tentang proses masukan (*input process*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018, dalam menggunakan produk kosmetik halal dengan hasil yang beragam. Proses masukan (*input process*) dapat dikategorikan atas lima hal, yaitu faktor lingkungan, faktor konsepsi, faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri, faktor yang berhubungan dengan motif dan tujuan dan faktor pengalaman masa lampau.

a. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan yang secara sempit menyangkut bunyi, warna dan secara luas menyangkut faktor sosial ekonomi. Keadaan ekonomi pada seseorang bisa mempengaruhi mereka terhadap suatu objek. Seperti yang telah disampaikan oleh Rika Andriany Pratama

⁴Nina Ariyani Martini, *Psikologi Perpusakaan*, 4.32.

mahasiswa Perbankan Syariah berkaitan dengan faktor ekonomi sebagai berikut:⁵

Harga terhadap kualitas produk kosmetik harus dipertimbangkan, karena belum tentu harganya murah tetapi kualitasnya tidak bagus dan sebaliknya. Dalam membeli produk kosmetik itu yang paling utama tergantung pada kecocokan wajah yang menggunakannya, ada yang murah harganya tetapi cocok diwajahnya.

Aprilia Nurul Widiyanti mahasiswa Ekonomi Syariah menyatakan bahwa:⁶ “Harga menentukan kosmetik yang akan saya beli. Saya menggunakan kosmetik juga menyesuaikan budget saya mbak.” Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Arohma Putri mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah berkaitan dengan faktor lingkungan yang secara sempit menyangkut bunyi dan warna sebagai berikut:⁷ “Dari iklan yang ditampilkan di beberapa media sosial mbak, visual yang ditampilkan seperti warna pada objek dan bunyi/suara yang ditampilkan sangat menarik.”

Distyana Dwiyanti mahasiswa Manajemen Zakat dan Wakaf menyatakan bahwa:⁸ “Dalam membeli produk kosmetik saya melihat dari harga dan iklan di media sosial mbak.” Sebagaimana halnya dengan Niki Widiastutik mahasiswa Perbankan Syariah, bahwa:⁹ “Saya tertarik menggunakan kosmetik ini sih dari beberapa iklan yang muncul di media sosial dan Brand Ambasadornya pun sudah memakai

⁵Rika Andriany Pratama, *Wawancara*, 04 April 2022.

⁶Aprilia Nurul Widiyanti, *Wawancara*, 02 April 2022.

⁷Arohma Putri, *Wawancara*, 02 April 2022.

⁸Distyana Dwiyanti, *Wawancara*, 02 April 2022.

⁹Niki Widiastutik, *Wawancara*, 03 April 2022.

orang Korea mbak. Sampai saat ini sih belum ada efek negatif yang ditimbulkan tetapi tidak tahu kalau saya berhenti menggunakan produk kosmetik ini efek apa yang timbul nantinya.”

b. Faktor konsepsi

Pendapat dan teori dari seseorang dapat mempengaruhi terjadinya perbedaan persepsi. Pendapat dari teman dekat, review dari selebgram, dan orang-orang terdekat dapat mempengaruhi persepsi dalam menggunakan produk kosmetik. Seperti yang telah disampaikan oleh Arohma Putri mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah berkaitan dengan keadaan ekonomi sebagai berikut:¹⁰ “Saya menggunakan produk kosmetik ini karena rekomendasi teman-teman mbak, karena mayoritas juga sudah memakai krim-krim seperti ini juga mbak.”

c. Faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri

Konsep seseorang tentang dirinya sendiri adalah salah satu hal yang mempengaruhi perbedaan persepsi dalam menggunakan produk kosmetik. Seperti yang diungkapkan oleh Ayu Nurida Wati mahasiswi Perbankan Syariah bahwa menggunakan produk kosmetik dipengaruhi oleh konsep dirinya dimana menganggap penampilan itu penting sebagai berikut:¹¹ “Untuk para wanita kosmetik adalah hal

¹⁰Arohma Putri, *Wawancara*, 02 April 2022.

¹¹Ayu Nurida Wati, *Wawancara*, 02 April 2022.

yang paling utama dalam menunjang penampilan, karena jaman sekarang kalau tidak sama dengan yang lain ya kita ketinggalan mbak. Label halal sebenarnya penting tapi yang penting cocok dan bagus di saya.”

Amiratul Muamanah mahasiswi Ekonomi Syariah bahwa:¹² “faktor yang mempengaruhi saya menggunakan produk kosmetik adalah dari dirinya sendiri agar tampil lebih percaya diri.” Dan Suci Wahyu Lestari mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf berpendapat bahwa:¹³ “Menggunakan produk kosmetik berlabel halal atau tidak itu tergantung masing-masing orang mbak.”

d. Faktor yang berhubungan dengan motif dan tujuan

Faktor yang berhubungan dengan motif dan tujuan bahwa seseorang selalu berusaha menarik manfaat dari suatu hal untuk kepentingan dirinya sendiri. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Distyana Dwiyanti mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf bahwa: “Setiap saya membeli kosmetik pasti saya lihat dulu manfaat terhadap kulit saya mbak, yang terpenting itu bisa mencerahkan wajah saya”. Menurut Elmi Ulin Nafi’ah mahasiswi Ekonomi Syariah bahwa:¹⁴ “menggunakan produk kosmetik melihat dari manfaat dan tujuan agar kulit saya terawat.”

e. Faktor pengalaman masa lampau

¹²Amiratul Muamanah, *Wawancara*, 04 April 2022.

¹³Suci Wahyu Utami, *Wawancara*, 03 April 2022.

¹⁴Elmi Ulin Nafi’ah, *Wawancara*, 02 April 2022.

Pengalaman-pengalaman masa lalu atau terdahulu juga mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsikan dunianya. Seperti yang diungkapkan oleh Erlinda Jatra Dewi mahasiswi Perbankan Syariah bahwa:¹⁵

Faktor pengalaman mbak, karena dulu saya pernah menggunakan kosmetik yang tidak berlabel halal. Dan ketika saya berhenti menggunakan produk tersebut kok malah muncul jerawat dan kulit saya menjadi merah-merah. Hal itulah yang menginginkan saya untuk berganti ke kosmetik yang berlabel halal yang sudah terjamin kualitasnya.

Menurut Elsy Rozim Pratiwi mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa:¹⁶

Menurut saya label halal pada produk kosmetik tidaklah penting mbak. Faktor pengalaman saya sendiri yang mempengaruhi saya menggunakan produk kosmetik ini. Selama saya menggunakan produk ini timbul efek yang baik pada kulit saya, kulit saya menjadi lebih cerah dan saya puas dengan itu. Meskipun dalam menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal ini menimbulkan ketergantungan.

2. Proses selektivitas terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal

Selektivitas merupakan suatu proses memilih dalam rangsangan yang dihadapi, yaitu yang memiliki arti, nilai dan relevansi. Tingkat pentingnya suatu rangsangan dapat berbeda antara orang yang satu dengan yang lainnya.¹⁷ Penggalan data yang telah peneliti lakukan dengan metode wawancara menghasilkan keterangan tentang bagaimana proses selektivitas terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan

¹⁵Erlinda Jatra Dewi, *Wawancara*, 02 April 2022.

¹⁶Elsy Rozim Pratiwi, *Wawancara*, 02 April 2022.

¹⁷Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi*, 128.

produk kosmetik halal. Ada empat faktor yang mempengaruhi selektivitas, yaitu repetisi/frekuensi, gerakan, intensitas/ukuran, dan kontras/sesuatu yang baru.

a. Repetisi/frekuensi

Sesuatu yang sering kita lihat, kita dengar dan sering muncul/berulang-ulang akan lebih mudah kita kenal dan ingat dibandingkan dengan sesuatu yang jarang dilihat, didengar dan diulang-ulang. Menurut Arohma Putri mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah sebagai berikut:¹⁸ “Pertama kali ketika teman saya merekomendasikan kosmetik ini saya tidak begitu menggubrisnya. Tapi ketika saya scrol-scrol media sosial kok sering ada iklan mengenai produk ini. Disitulah saya mulai tertarik menggunakan kosmetik ini.”

Menurut Distyana Dwiyananti mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf bahwa:¹⁹“Dari tayangan iklan yang lewat di beranda sosial mediaku mbak.” Dan Niki Widiastutik mahasiswi Perbankan Syariah menyatakan bahwa:²⁰“Saya sering melihat tayangan-tayangan iklan kosmetik ini lewat di sosial media mbak. Awalnya sih saya nggak begitu tertarik, dan ketika kosmetik ini menggandeng artis korea yang cukup digandrungi oleh para remaja sekarang untuk menjadi Brand Ambasadornya. Saya malah pengen menggunakannya juga.”

¹⁸Arohma Putri, *Wawancara*, 02 April 2022.

¹⁹Distyana Dwiyananti, *Wawancara*, 02 April 2022.

²⁰Niki Widiastutik, *Wawancara*, 03 April 2022.

b. Gerakan

Sesuatu yang bergerak akan lebih menarik perhatian dari pada sesuatu yang diam. Sedangkan menurut Erlinda Jatra Dewi mahasiswi Perbankan Syariah bahwa:²¹ “Saya beralih ke produk kosmetik yang berlabel halal ini juga dari tayangan iklan di TV mbak. Artis yang memperagakan iklan tersebut juga seorang muslim.”

c. Intensitas/ukuran

Benda-benda yang ukurannya besar cenderung lebih kita perhatikan, misalnya iklan yang ukurannya lebih besar akan lebih menarik perhatian dibandingkan iklan yang hanya terdiri dari 5 atau 6 kolom. Menurut Elsy Rozim Pratiwi mahasiswi Ekonomi Syariah dalam kutipan dibawah ini, bahwa:²² “Pertama kali tertarik menggunakan produk kosmetik ini karena saya melihat iklan yang ditayangkan di *billboard* yang cukup besar, saya tertarik melihat dan ternyata produk kosmetik yang diiklankan tersebut dapat mencerahkan kulit. Mulai dari situlah saya sampai sekarang menggunakan kosmetik tersebut.”

d. Kontras/sesuatu yang baru

Sesuatu yang berbeda dari yang lainnya atau sesuatu yang baru akan cenderung lebih diperhatikan. Menurut Ayu Nurida Wati

²¹Erlinda Jatra Dewi, *Wawancara*, 02 April 2022.

²²Elsy Rozim Pratiwi, *Wawancara*, 02 April 2022.

mahasiswi Perbankan Syariah bahwa:²³ “Saya sering mbak membeli produk-produk kosmetik yang keluaran terbaru, ya namanya juga tergoda mbak. Begitu ada brand kosmetik baru muncul saya langsung membelinya tanpa saya pikirkan apakah produk tersebut berlabel halal atau tidak.”

3. Proses penutupan (*closure*) terhadap mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam menggunakan produk kosmetik halal

Proses penutupan (*closure*) dalam pembentukan persepsi adalah berkenaan dengan kecenderungan individu untuk mendapatkan gambaran lengkap mengenai situasi-situasi tertentu.²⁴ Setiap orang dalam mempersepsikan suatu lingkungannya pasti berbeda meskipun pada situasi yang sama. Dari proses penutupan dapat menghasilkan persepsi positif ataupun negatif itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsikan.

Seperti yang telah disampaikan oleh Arohma Putri mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah sebagai berikut:²⁵

Teman-teman saya yang merekomendasikan kosmetik ini sih banyak yang cocok dan iklan di media sosial juga menampilkan kalau produk ini juga bagus. Maka dari itu saya langsung tertarik untuk menggunakannya. Saya cek di internet sih belum berlabel halal mbak, tapi nggak masalah kalau menurut saya sih. Untuk label halal sebenarnya tapi saya mencari yang hasilnya cepat dan nyaman dipakai aja.

²³Ayu Nurida Wati, *Wawancara*, 02 April 2022.

²⁴Arifin Tahir, *Buku Ajar Perilaku Organisasi*, 59.

²⁵Arohma Putri, *Wawancara*, 02 April 2022.

Sedangkan menurut Erlinda Jatra Dewi mahasiswi Perbankan Syariah bahwa:²⁶

Label BPOM dan label halal pada produk kosmetik sama-sama penting mbak, namun yang paling utama adalah label kehalalan karena jika halal cenderung sudah berBPOM tetapi kalau BPOM belum tentu halal. Jika sudah berlabel halal kualitasnya pun juga bagus, kita sebagai konsumen muslim pun juga nyaman untuk menggunakannya.

Menurut Elmi Ulin Nafi'ah mahasiswi Ekonomi Syariah dalam kutipan dibawah ini, bahwa:²⁷

Menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal itu sangatlah penting mbak. Menurut saya meskipun kosmetik tidak untuk dikonsumsi tetapi kosmetik menempel pada kulit atau tubuh dan kemudian terbawa ibadah shalat. Ketika shalat menggunakan kosmetik yang tidak berlabel halal (masih diragukan kandungannya) maka shalatnya pun terancam tidak sah karena syarat sah shalat adalah terbebas dari najis.

Menurut Rika Andriany Pratama mahasiswi Perbankan Syariah bahwa:²⁸

Menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal tidak apa-apa selagi kitanya cocok dan puas mbak. Saya membeli produk kosmetik juga melihat dari harganya juga mbak dan nggak perlu yang mahal. Selagi itu ada manfaat terhadap kulit saya, saya akan membelinya. Teman-teman saya juga sudah menggunakan produk yang sama seperti saya terlebih dahulu, jadi saya tidak perlu khawatir untuk menggunakannya.

Menurut Elsy Rozim Pratiwi mahasiswi Ekonomi Syariah dalam kutipan dibawah ini, bahwa:²⁹ “Menurut saya label halal pada produk kosmetik tidaklah penting mbak. Selama saya menggunakan kosmetik ini timbul efek yang baik pada kulit saya, kulit saya menjadi lebih cerah dan

²⁶Erlinda Jatra Dewi, *Wawancara*, 02 April 2022.

²⁷Elmi Ulin Nafi'ah, *Wawancara*, 02 April 2022.

²⁸Rika Andriany Pratama, *Wawancara*, 04 April 2022.

²⁹Elsy Rozim Pratiwi, *Wawancara*, 02 April 2022.

saya puas dengan itu. Meskipun dalam menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal ini menimbulkan ketergantungan.”

Menurut Distyana Dwiyanti mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf bahwa:³⁰

Label BPOM atau label halal itu tergantung pada kecocokan pemakainya mbak. Kalau menurut saya sah-sah saja kalau kita menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal. Karena persepsi masing-masing orang beda ya, kalau orangnya itu agamis banget mungkin itu penting. Tapi kalau orangnya netral ya mungkin tidak mempengaruhi.

Menurut Aprilia Nurul Widiyanti mahasiswi Ekonomi Syariah bahwa:³¹“Saya lebih memilih produk kosmetik yang tidak berlabel halal dibandingkan dengan produk kosmetik yang berlabel halal sih mbak. Saya tahu label halal itu penting tetapi saya merasa tidak cocok dan hasilnya terhadap kulit lumayan lama ketika menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal.

Menurut Suci Wahyu Lestari mahasiswi Manajemen Zakat dan Wakaf bahwa:³²

Bagi saya dalam menggunakan produk kosmetik berlabel halal itu penting karena kita sebagai umat muslim tentu harus bisa memilih dan memilah produk yang tidak bertentangan dengan islam. Meskipun saya beranggapan begitu tetapi saya masih tetap menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal LPPOM MUI. Saya melihat bahwa produk kosmetik tersebut bagus untuk kulit saya.

³⁰Distyana Dwiyanti, *Wawancara*, 02 April 2022.

³¹Aprilia Nurul Widiyanti, *Wawancara*, 02 April 2022.

³²Suci Wahyu Utami, *Wawancara*, 03 April 2022.

Menurut Niki Widiastutik mahasiswi Perbankan Syariah dalam kutipan dibawah ini, bahwa:

Saya sendiri sebenarnya memakai produk kosmetik yang tidak berlabel halal mbak. Saya tertarik menggunakan kosmetik ini sih dari beberapa iklan yang muncul di media sosial dan Brand Ambasadornya pun sudah memakai orang Korea mbak. Sampai saat ini sih belum ada efek negatif yang ditimbulkan tetapi tidak tahu kalau saya berhenti menggunakan produk kosmetik ini efek apa yang timbul nantinya.³³

Menurut Ayu Nurida Wati mahasiswi Perbankan Syariah dalam kutipan dibawah ini, bahwa:³⁴ “Untuk para wanita kosmetik adalah hal yang paling utama dalam menunjang penampilan, karena jaman sekarang kalau tidak sama dengan yang lain ya kita ketinggalan mbak. Label halal sebenarnya penting tapi yang penting cocok dan bagus di saya.”

³³Niki Widiastutik, *Wawancara*, 03 April 2022.

³⁴Ayu Nurida Wati, *Wawancara*, 02 April 2022.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Analisis Proses Masukan (*Input Process*) terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal

Berdasarkan paparan data pada bab sebelumnya dapat diketahui bahwa dalam memilih dan melakukan pembelian produk kosmetik terdapat persepsi yang berbeda antara mahasiswi satu dengan mahasiswi lainnya. Dalam proses masukan dapat dikategorikan atas lima hal, yaitu:

1. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan disini cenderung mempengaruhi mahasiswi dalam menggunakan produk kosmetik. Faktor lingkungan secara luas dapat menyangkut warna, bunyi, dan faktor sosial ekonomi. Keadaan sosial ekonomi pada seseorang dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap suatu objek.

Seperti yang diungkapkan oleh Arohma menurutnya faktor lingkungan yang menyebabkan ia menggunakan produk kosmetik. Dia melihat dari iklan-iklan yang sering muncul di beberapa media sosialnya. Dia tertarik dengan melihat visual yang ditampilkan seperti warnapada objek dan bunyi atau suara yang ditampilkan. Dengan melihat iklan-iklan kosmetik tersebut maka secara spontan terbentuklah persepsi untuk membeli dan menggunakan kosmetik tersebut.

Menurut Rika, Distyana dan Aprilia harga yang mempengaruhi mereka menggunakan kosmetik. Harga terhadap suatu kosmetik ditentukan oleh kualitas yang terdapat pada suatu produk kosmetik, akan tetapi kembali lagi dengan harga yang terhitung murah bisa saja menjadi berkualitas di mata pemakai yang merasa cocok terhadap produk yang digunakan karena produk kembali kepada kecocokan wajah atau kulit masing-masing konsumen, kualitas dan harga yang sangat diminati konsumen dan menjadi pertimbangan pembelian produk.

Mahasiswi yang bernama Niki mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsinya yaitu iklan yang ditampilkan di beberapa media sosial. Iklan tersebut dapat menarik perhatian informan yang memiliki variasi warna baik dari pakaian yang digunakan oleh Brand Ambassador dan lebih memfokuskan pada artisnya.

Berdasarkan paparan data diatas dapat dianalisis bahwa mahasiswi FEBI Angkatan 2018 di IAIN Ponorogo ketika menggunakan suatu produk kosmetik dipengaruhi oleh faktor lingkungan, yaitu dari tayangan-tayangan iklan yang muncul di sosial media dan keadaan ekonomi juga dapat menentukan mahasiswi dalam menggunakan kosmetik. Keinginan mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo dalam memperindah penampilan dengan menggunakan produk kosmetik sangat tinggi. Namun pemilihan kosmetik dengan harga murah perlu dipertanyakan apakah produk tersebut aman, bersih dari kandungan bahan bahaya dan halal ketika dipergunakan oleh mahasiswi sebagai konsumen muslim.

2. Faktor konsepsi

Faktor konsepsi adalah salah satu faktor yang cenderung mempengaruhi mahasiswi dalam menggunakan produk kosmetik. Faktor konsepsi adalah pendapat seseorang tentang manusia dengan segala tindakannya. Orang yang mempunyai pendapat bahwa manusia itu jahat, cenderung mencurigai rangsangan sebagai sesuatu yang negatif. Sebaliknya, seseorang yang mempunyai pendapat bahwa manusia pada dasarnya baik, cenderung menerima semua rangsangan sebagai sesuatu yang baik atau bermanfaat.

Seperti yang diungkapkan oleh Arohma Putri bahwa yang dapat mempengaruhi dalam menggunakan kosmetik adalah teman dekat, para selebgram dan orang-orang terdekat. Sebelum memutuskan untuk menggunakan kosmetik ia terlebih dahulu melihat siapa saja yang sudah pernah menggunakan produk tersebut, apakah banyak dari teman dekatnya yang menggunakan atau tidak.

Berdasarkan analisa diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswi FEBI Angkatan 2018 di IAIN Ponorogo dalam menggunakan kosmetik cenderung dipengaruhi oleh pendapat dari orang-orang terdekat mereka. Karena pada dasarnya mahasiswi adalah seseorang yang sangat mudah dipengaruhi oleh orang lain dan seseorang yang akan menuju dewasa.

3. Faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri

Faktor yang berpengaruh juga yaitu faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri, konsep ini juga mempengaruhi perilaku konsumen. Bila kita sering mendapatkan perlakuan positif dari seseorang maka perlakuan positif dari orang lain maka kita akan mempunyai persepsi diri yang positif. Sebaliknya jika kita sering mendapatkan perlakuan negatif, maka kita akan memiliki persepsi diri yang negatif.

Mereka mengatakan bahwa faktor pribadi atau faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri merupakan hal yang mempengaruhi dalam menggunakan kosmetik. Ayu mengatakan bahwa kosmetik adalah hal yang paling utama dalam menunjang penampilannya. Dimana dia menganggap penampilan itu penting dan ketika penampilan itu baik maka dipandang oleh masyarakat tersebut juga baik. Pendapat lain dari Amiratul bahwa, dirinya sendiri yang dapat memberikan rangsangan untuk memutuskan menggunakan kosmetik. Menurut Suci dalam menggunakan kosmetik itu tergantung pada masing-masing orang.

Berdasarkan analisa diatas mahasiswi dalam menggunakan produk kosmetik dipengaruhi juga oleh faktor dari dirinya sendiri. Konsep diri merupakan salah satu alasan mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo ini menggunakan produk kosmetik karena hasil yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Keadaan tersebut dapat menjadi salah satu indikator tampil percaya diri pada khalayak atau masyarakat. Karena hasil yang diberikan sesuai dengan harapan mahasiswi FEBI, label halal tidak

menjadi hal penting lagi dalam melakukan pembelian produk untuk menunjang penampilannya.

4. Faktor yang berhubungan dengan motif dan tujuan

Seseorang selalu berusaha menarik manfaat dari suatu rangsangan untuk kepentingan dirinya sendiri, karena usaha menarik manfaat tersebut akan memberi suatu harapan baginya. Maka dari itu sebagai mahasiswa yang menggunakan produk kosmetik mereka pasti lebih mengutamakan manfaat apa yang diberikan terhadap kulit daripada label kehalalannya. Menurut Elmi dia menggunakan kosmetik karena di kosmetik tersebut ada kandungan-kandungan halal yang dapat merawat kulit wajahnya.

Seperti yang diungkapkan oleh Distyana bahwa persepsi seseorang terhadap kosmetik itu berbeda-beda, ketika dia menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal dia sudah cukup puas dan sudah merasakan manfaat ketika memakainya. Dan ada yang ketika menggunakan produk kosmetik halal lebih merasakan manfaatnya dan ketenangan karena sudah berlabel halal. Tujuan dia menggunakan kosmetik karena ada manfaat yang bisa mencerahkan kulit. Karena hasil yang diberikan sesuai dengan harapan diadkan keadaan tersebut dapat menjadi salah satu indikator tampil percaya diri pada khalayak atau masyarakat. Karena hasil yang diberikan sesuai dengan harapan mahasiswa tersebut, label halal tidak menjadi hal penting lagi dalam melakukan pembelian produk untuk menunjang penampilan. Berbeda dari Elmi, dia lebih memilih menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal. Selain dia memperoleh

manfaat yang dapat merawat kulit, dia juga merasa tenang karena kosmetik sudah berlabel halal.

5. Faktor pengalaman masa lampau

Seseorang yang mengalami suatu kejadian di masa lalu akan selalu mengingat serta akan mempengaruhinya dalam menanggapi rangsangan yang dialaminya saat ini. Menurut Erlinda terhadap apa yang terjadi di masa lampau membuatnya sadar bahwa dalam menggunakan produk kosmetik haruslah melihat label kehalalannya. Menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal memberikan efek yang nyata dan cepat. Meskipun demikian akan ada efek yang buruk juga di kemudian hari yang dapat merusak kulit. Dan sekarang ia merasa menyesal menggunakan kosmetik tersebut dan beralih menggunakan kosmetik yang berlabel halal.

Menurut Elsy label halal pada produk kosmetik tidaklah penting mbak. Faktor pengalaman saya sendiri yang mempengaruhi saya menggunakan produk kosmetik ini. Selama saya menggunakan produk ini timbul efek yang baik pada kulit saya, kulit saya menjadi lebih cerah dan saya puas dengan itu. Meskipun dalam menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal ini menimbulkan ketergantungan.

Berdasarkan paparan data di atas dapat disimpulkan bahwa proses masukan dikategorikan dalam lima faktor. Faktor lingkungan dipengaruhi oleh harga dan iklan. Faktor konsepsi dipengaruhi oleh pendapat dari teman dekat, review dari selebgram dan orang-orang terdekat. Faktor yang berkaitan dengan konsep seseorang tentang dirinya sendiri, bahwa dalam menggunakan produk

kosmetik berlabel halal atau tidak itu tergantung pada masing-masing mahasiswi. Keempat faktor yang berhubungan dengan motif dan tujuan bahwa dalam membeli kosmetik para mahasiswi melihat dulu manfaat terhadap kulitnya. Faktor pengalaman masa lampau, pengalaman-pengalaman dalam menggunakan produk kosmetik dimasa lalu atau terdahulu dapat mempengaruhi mahasiswi dalam menggunakan produk kosmetik halal atau tidak halal.

B. Analisis Proses Selektivitas terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal

1. Repetisi/frekuensi

Sesuatu yang sering kita lihat dan kita dengar akan lebih mudah untuk kita kenal dan ingat dibandingkan dengan sesuatu yang jarang dilihat, dan didengar. Menurut Arohma, Niki dan Distyana dengan seringnya kita melihat dan mendengar suatu iklan di media sosial mengenai kosmetik, secara tidak langsung dapat mempengaruhi kita untuk tertarik membeli dan menggunakan kosmetik tersebut.

Berdasarkan analisa tersebut bahwa yang dapat mempengaruhi proses seleksi dalam menentukan persepsi mahasiswi adalah repetisi/frekuensi yaitu mengenai iklan yang sering muncul di media sosial dan tanpa sengaja kita lihat. Dengan seringnya iklan tersebut muncul akan mempengaruhi kita untuk tertarik terhadap produk yang di iklankan.

2. Gerakan

Sesuatu yang bergerak akan lebih banyak menarik perhatian dari pada sesuatu yang diam. Menurut Erlinda tayangan iklan yang ada di TV membuatnya beralih ke produk kosmetik yang berlabel halal. Dengan melihat model-model wanita yang ada pada iklan sebagai orang-orang yang bisa bergaya dengan tetap menjalani syariat agama dan menutup aurat. Pada akhirnya ia menggunakan pula produk-produk kecantikan yang diiklankan.

Berdasarkan analisa tersebut paparan media ikut berperan serta dalam keputusan mahasiswi dalam menggunakan prosuk kosmetik.

3. Intensitas/ukuran

Benda-benda yang ukurannya besar cenderung lebih kita perhatikan. Misalnya iklan yang ukurannya lebih besar akan lebih menarik perhatian dibandingkan iklan yang hanya terdiri dari 5 sampai 6 kolom. Menurut Elsy iklan yang besar yang ditampilkan di *billboard* menariknya untuk membeli produk yang diiklankan tersebut. Karena semakin besar ukuran suatu objek, maka semakin mudah untuk bisa dipahami atau diketahui. Bentuk ukuran yang besar akan mempengaruhi persepsi seseorang, dan dengan melihat bentuk ukuran suatu objek orang akan mudah tertarik perhatiannya, yang pada gilirannya dapat membentuk persepsi.

4. Kontras/sesuatu yang baru (*Novelty*)

Sesuatu yang berbeda dari yang lainnya akan cenderung lebih diperhatikan. Menurut Ayu dia sering membeli produk-produk kosmetik yang keluaran terbaru. Begitu ada brand kosmetik baru muncul dia

langsung membelinya tanpa difikirkan apakah produk tersebut berlabel halal atau tidak.

Berdasarkan analisis tersebut yang dapat memengaruhi proses selektivitas salah satunya dengan sesuatu yang baru/kontas. Dengan adanya produk kosmetik baru mahasiswi cenderung penasaran dan ingin menggunakannya.

Berdasarkan paparan data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam proses selektivitas dikategorikan dalam empat faktor. Pertama repetisi atau frekuensi. Dengan seringnya mereka melihat dan mendengar suatu iklan di media sosial mengenai kosmetik, secara tidak langsung dapat mempengaruhi mereka untuk tertarik membeli dan menggunakan kosmetik tersebut. Kedua, gerakan. Dari tayangan iklan yang ada di tv membuat mahasiswi beralih ke produk kosmetik yang berlabel halal. Ketiga intensitas/ukuran. Dari iklan yang besar yang ditampilkan di billboard menarik mahasiswi untuk membeli produk yang diiklankan tersebut karena semakin besar ukuran suatu objek, maka semakin mudah untuk bisa difahami atau diketahui. Empat, kontras atau sesuatu yang baru. Begitu ada brand kosmetik baru muncul, mahasiswi langsung membelinya tanpa memikirkan apakah produk tersebut berlabel halal atau tidak.

C. Analisis Proses Penutupan (*Closure*) terhadap Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal

Proses penutupan (*closure*) dalam pembentukan persepsi adalah berkenaan dengan kecenderungan individu untuk mendapatkan gambaran

lengkap mengenai situasi-situasi tertentu. Tingkat kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan selalu terbatas.³⁵ Seperti yang telah disampaikan oleh Arohma bahwa prioritas utama menggunakan kosmetik itu karena kecocokan dan yang bisa mengatasi kulit berminyak, berjerawat dan flek hitam.

Produk kosmetik yang tidak berlabel halal pada intinya tidak menjadi kendala bagi konsumen muslim, karena mereka menganggap yang terpenting saat ini adalah cocok pada kulit wajah. Sedangkan menurut Erlinda yang dilihat terlebih dahulu yaitu label kehalalannya. Jika sudah berlabel halal pasti sudah terjamin keamanan dan kualitasnya jika digunakan muslimah. Karena islam menganjurkan mengkonsumsi yang halal dan melarang mengkonsumsi yang tidak halal.

Menurut Elmi, dalam memutuskan untuk menggunakan produk kosmetik berlabel halal itu penting. Menurutnya meskipun kosmetik itu tidak untuk dikonsumsi tetapi kosmetik menempel pada kulit atau tubuh dan kemudian terbawa ibadah shalat. Ketika shalat menggunakan kosmetik yang tidak berlabel halal (masih diragukan kandungannya) maka shalatnya pun terancam tidak sah karena syarat sah shalat adalah terbebas dari najis.

Menurut Amiratul, Aprilia dan Elsy label halal pada produk kosmetik tidak penting karena kosmetik bukan merupakan produk makanan, kalau makanan harus halal. Menurut Rika menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal tidak apa-apa selagi kitanya cocok dan puas. Menurut Distyana

³⁵Arifin Tahir, *Buku Ajar Perilaku Organisasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2014), 59.

sah-sah saja kalau kita menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal. Karena persepsi masing-masing orang beda, kalau orangnya itu agamis banget mungkin itu penting. Tapi kalau orangnya netral ya mungkin tidak mempengaruhi.

Kehalalan pada produk seharusnya menjadi prioritas utama bagi mahasiswi ketika membeli kosmetik yang akan mereka gunakan. Dengan adanya label halal pada produk kosmetik pastinya produk kosmetik tersebut sudah aman dan tidak berbahaya, karena telah menggunakan bahan-bahan yang aman juga. Label halal dari LPPOM MUI sangatlah penting, karena konsumen tidak perlu ragu lagi jika terdapat produk yang sudah bersertifikat resmi dari MUI.

Berdasarkan paparan data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo dalam membeli produk kosmetik masih banyak yang tidak menghiraukan label kehalalan pada kemasan, karena yang terpenting menurut mereka adalah kecocokan terhadap kulit masing-masing ketika digunakan. Menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel halal dapat membuat lapisan kulit menipis serta kandungan bahan seperti *merkuri* dan *hidroquinon* sangatlah berbahaya. Dalam Islam mengajarkan bahwa sebagai konsumen muslim haruslah mengkonsumsi suatu barang yang memberikan manfaat dan bukan kesengsaraan.



BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian skripsi yang berjudul “Persepsi Mahasiswa terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Berlabel Halal pada LPPOM MUI Ditinjau dari Perilaku Konsumen Muslim (Studi Kasus Mahasiswi FEBI Angkatan 2018 IAIN Ponorogo)”. Maka penulis dapat menyimpulkan 3 kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah bahwa :

1. Ketika mahasiswi memutuskan menggunakan produk kosmetik, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan persepsi mereka. Dari proses masukan yang mempengaruhi mahasiswi untuk memutuskan menggunakan kosmetik dipengaruhi oleh harga, iklan, pendapat dari teman dekat, review dari selebgram dan orang-orang terdekat.
2. Mahasiswi dalam memutuskan menggunakan produk kosmetik, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan persepsi mereka. Dari proses selektivitas faktor yang mempengaruhi mahasiswi untuk menggunakan kosmetik yaitu dengan seringnya mereka melihat dan mendengar suatu iklan di media sosial mengenai kosmetik, iklan yang besar yang ditampilkan di *billboard* menarik mahasiswi untuk membeli produk yang diiklankan tersebut karena semakin besar ukuran suatu objek, maka semakin mudah untuk bisa difahami atau diketahui.
3. Dari proses penutupan inilah mahasiswi sudah mendapatkan gambaran lengkap mengenai situasi-situasi tertentu. Mereka selanjutnya memutuskan untuk menggunakan produk kosmetik yang menurut mereka sesuai dengan yang diinginkan. Tidak semua mahasiswi menganggap bahwa label halal itu penting ketika mengambil keputusan dalam

menggunakan kosmetik. Mereka menganggap bahwa produk yang tidak memiliki label halal bukan berarti produk tersebut adalah tidak baik.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi mahasiswi terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel halal bahwa mahasiswi FEBI Angkatan 2018 sebagai konsumen muslim seharusnya lebih selektif dalam memilih kosmetik yang baik untuk digunakan dengan melihat adanya label halal. Keamanan dan kualitas pada produk kosmetik sangatlah penting bagi pengguna kosmetik maka seharusnya konsumen lebih memahami tentang kehalalan, karena label halal akan memberikan keamanan dari bahan-bahan yang berbahaya/ bahan yang tidak halal.

Dengan adanya penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi mahasiswi lainnya. Pentingnya menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal pada LPPOM MUI.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR BUKU

Achiruddin Saleh, Adnan. *Pengantar Psikologi*. Makassar: Aksara Timur, 2018.

Agrosamdhyo. *Objektivitas Mahasiswa dalam Berwirausaha*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2020.

Ariyani Martini, Nina & Farida, Ida *Psikologi Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2009.

- Bambang Waluyo, Bernardus. *Sehat dan Cantik dengan Cica, Centella asiatic*. Blitar: guepedia, 2020.
- Daldiono. *How to Be a Real and Successful*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Fordebi. *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Indrawijaya, Adam I. *Perilaku Organisasi* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009), 34.
- LPPOM-MUI, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal*. Jakarta: LPPOM-MUI, 2008.
- Rahman Shaleh, Abdul. *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Offset, 2004.
- Rahmawanty, Dina & Indah Sari, Destria. *Buku Ajar Teknologi Kosmetik*. Malang: CV IRDH, 2019.
- Surat Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Nomor: Kep.311/MUI/IX/2000.
- Tata Rias*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan UNJ, 2015.
- Tahir, Arifin. *Buku Ajar Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Triapnita Nainggolan, Nana. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Windsari wijaya, Claudia. *The Beauty Is In You*. Yogyakarta: CV. Absolute Media, 2018. Yulia, Elvyra & Silfi Ambarwati, Neneng Siti. *Dasar-Dasar Kosmetika untuk*

DAFTAR JURNAL DAN SKRIPSI

- Asyarifin, Nur 'Adila. "Pengaruh Produk Berlabel BPOM Terhadap Keputusan Beli Masyarakat Pada Kosmetik Di Ponorogo". *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.

Kurniawati, Linda. “Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wardah pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponorogo”. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.

Rafita, Helsy Zella. “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)”. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017.

Sahir, Syafrida Hafni. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan”. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, November 2016.

Sholikhah, Nevatun. “Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk Kajian Kab. Pekalongan)”. *Skripsi*. Pekalongan: IAIN Pekalongan, 2019.

DAFTAR WEBSITE

<https://febi.iainponorogo.ac.id/indx.php/profil/sejarah-febi/>, (diakses pada tanggal 24 Maret 2022, jam 20.15).

<https://febi.iainponorogo.ac.id/index.php/profil/visi-misi/>, (diakses pada tanggal 24 Maret 2022, jam 20.47).

SistemInformasiAkademikInstitut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, (diakses pada tanggal 18 April 2022, jam 10.59).

DAFTAR WAWANCARA

Amiratul Muamanah, *Wawancara*, 04 April 2022.

Aprilia Nurul Widiyanti, *Wawancara*, 02 April 2022.

Arohma Putri, *Wawancara*, 02 April 2022.

Ayu Nurida Wati, *Wawancara*, 02 April 2022.

Candra Dyah Utami, *Wawancara*, 13 Januari 2022.

Distyana Dwiyanti, *Wawancara*, 13 Januari 2022.

Elmi Ulin Nafi'ah, *Wawancara*, 02 April 2022.

Elsy Rozim Pratiwi, *Wawancara*, 02 April 2022.

Erlinda Jatra Dewi, *Wawancara*, 02 April 2022.

Mahasiswi FEBI IAIN Ponorogo, *Observasi*, 13 Januari 2022.

Malinda Dwi Septiana, *Wawancara*, 13 Januari 2022.

Niki Widiastutik, *Wawancara*, 03 April 2022.

Rika Andriany Pratama, *Wawancara*, 04 April 2022.

Suci Wahyu Utami, *Wawancara*, 03 April 2022.

