Niqosiya: Journal of Economics and Business Research
P-ISSN: 2798-6373, E-ISSN: 2807-7660
Vol. 5 No. 2, July-December 2025
https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/niqosiya

Implementasi *Halal Awareness* Bagi Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Dalam Penggunaan Produk *Skincare*

Lutfia Rahma Dewi[1*], Verbena Ayuningsih Purbasari[2]
[1] UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia, lutfiarahma585@gmail.com
[2] UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia, verbenaayuningsihpurbasari@iainponorogo.ac.id

Article Info

Article history:
Received May 15, 2025
Revised October 18, 2025
Accepted October 23, 2025
Available online November 25, 2025

*Corresponding author email: lutfiarahma585@gmail.com

Keywords:
Halal Awareness, Products, Students, Skin Care.

Abstract

The increasing use of skincare products among students requires awareness of the importance of the halalness of the products used. This study aims to understand the understanding, application, and impact of halal awareness in the use of skincare among students of the Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Ponorogo. The research method used is qualitative with a field study approach. Data were obtained through interviews, observations, and documentation with students from various departments at FEBI. The results of this study indicate that although most students have understood the importance of product halalness, this awareness is still extrinsic, such as only relying on the halal logo without a deep understanding. The application of halal awareness includes the selection of halal ingredients, production processes that comply with sharia, product cleanliness, and halal certification for international products. As a result, students are more optical in choosing, buying, and using skincare products by considering aspects of halalness, safety, and product composition. It can be concluded that although halal awareness among students has begun to form, ongoing educational efforts are still needed to foster deeper intrinsic awareness, so that the principle of halalness is truly understood and applied consistently in daily consumption behavior.

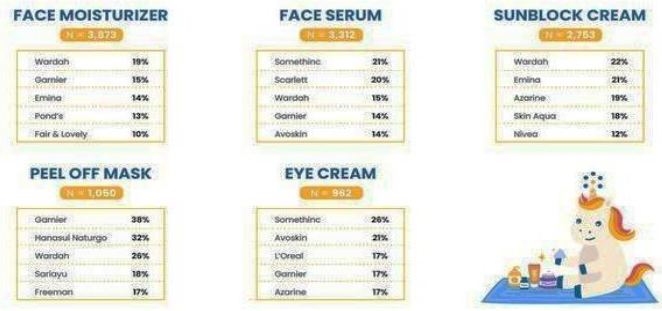
DOI: 10.21154/niqosiya.v5i2.4607
Page: 351-363

Niqosiya with CC BY license. Copyright © 2025, the author(s)

PENDAHULUAN

Kesadaran merupakan kemampuan individu untuk memahami dan menyadari suatu peristiwa atau objek tertentu, termasuk dalam konteks keislaman (Suganda, 2022). Dalam Islam, kesadaran tidak hanya terbatas pada pengetahuan mengenai aturan secara umum, tetapi mencakup pemahaman dan kepatuhan terhadap ketentuan yang telah ditetapkan dalam syariat. Salah satu bentuk kesadaran yang penting bagi umat Muslim adalah pemahaman mengenai kehalalan produk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Produk tersebut tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup barang lainnya seperti kosmetik dan produk perawatan kulit (*skincare*) yang semakin populer, khususnya di kalangan generasi milenial. Istilah halal dalam Islam merujuk pada segala sesuatu yang diperbolehkan untuk digunakan, dikonsumsi, atau dimanfaatkan selama tidak bertentangan dengan syariat (Talib & Sawari, 2016). Oleh karena itu, penting bagi setiap Muslim memperhatikan aspek kehalalan produk yang digunakan, termasuk produk *skincare* untuk memastikan kesesuaiannya dengan nilai-nilai Islam.

Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama Islam, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri halal dunia. Potensi ini didukung oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk halal yang menuntut adanya jaminan kehalalan produk. Dalam menjamin kehalalan produk tersebut terdapat dua aspek penting yang saling berkaitan, yaitu sertifikasi dan pelabelan. Sebelum diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), proses sertifikasi halal di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika MUI (LPPOM MUI). Dengan diberlakukannya regulasi baru, pengawasan terhadap kehalalan produk menjadi semakin terstruktur dan memiliki dasar hukum yang lebih kuat. Perubahan sistem ini menunjukkan pentingnya regulasi dalam menjamin kehalalan produk-produk yang beredar di masyarakat, termasuk kosmetik dan *skincare* yang semakin banyak digunakan oleh konsumen Muslim (Rohmah Maulidia, 2024).



Gambar 1. Jenis Produk *Skincare*

Kesadaran halal merupakan tingkat pemahaman seorang Muslim mengenai apa yang diperbolehkan dan dilarang dalam Islam, termasuk pemahaman mengenai proses, bahan, dan status kehalalan suatu produk (Hudrasyah, 2017). Kesadaran ini tidak hanya mencakup aspek pengetahuan, tetapi juga mencakup sikap dan perilaku dalam memilih serta menggunakan produk yang sesuai dengan syariat. Dalam konteks *skincare*, kesadaran halal sangat penting karena berdampak pada perilaku konsumsi serta strategi pemasaran produk halal di kalangan

konsumen Muslim (Haider, 2015). Namun pada kenyataanya, masih banyak masyarakat khususnya generasi milenial yang kurang memperhatikan aspek kehalalan dalam penggunaan produk *skincare*. Faktor utama yang lebih diperhatikan dalam memilih produk adalah tren, harga yang terjangkau, efektivitas produk, serta pengaruh media sosial. Bagi sebagian besar generasi muda, termasuk kalangan mahasiswi, produk *skincare* yang viral dan banyak digunakan oleh *influencer* atau *brand ambassador* menjadi daya tarik utama, terlepas dari ada atau tidaknya label halal pada produk tersebut.

Hasil survei yang dilakukan oleh Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI pada tahun 2020 menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan generasi milenial Indonesia tentang ketentuan produk halal masih tergolong rendah (Burhani, 2020). Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Hisan Mursalin yang menyatakan bahwa kesadaran halal di kalangan generasi milenial, termasuk dalam aspek kosmetik dan *skincare*, masih rendah (Mursalin, 2023). Sementara itu, survei Populix terhadap 10.616 responden menunjukkan bahwa 77 persen masyarakat Indonesia membeli produk *skincare* setidaknya sekali dalam sebulan, dengan mayoritas mengeluarkan dana hingga Rp250 ribu setiap bulannya (Marici, 2023). Tingginya konsumsi ini semakin menegaskan pentingnya peningkatan kesadaran halal dalam penggunaan produk *skincare*.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Ponorogo merupakan fakultas yang banyak diminati oleh para mahasiswa. Selain itu, mahasiswa FEBI juga tercatat sebagai pengguna aktif produk *skincare* dibandingkan dengan fakultas lainnya (Nitisusastro, 2013). Mahasiswa FEBI, sebagai bagian dari generasi milenial juga terdampak *tren* penggunaan *skincare*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Lia Rahmawati mengungkapkan bahwasannya tetap menggunakan produk *Cetaphil* meskipun belum memiliki label halal. Hal serupa juga diungkapkan oleh Lutfiana Eka Septiyani, pengguna produk *Skin1004 Madagascar Centella Asiatica*, yang hingga saat ini belum berlabel halal (Lia dan Lutfiana, 2024). Alasan utama mereka adalah karena produk tersebut telah cocok di kulit, dan mereka khawatir jika berhenti menggunakannya akan menimbulkan masalah kulit seperti jerawat atau iritasi. Selain itu, beberapa mahasiswa merasa bahwa produk-produk lain tidak memberikan efek yang sama, sehingga mereka memilih untuk tetap menggunakan produk yang sudah terbukti memberikan hasil, meskipun belum berlabel halal.

Selain itu, aspek kenyamanan dan kecocokan produk menjadi pertimbangan utama dibandingkan aspek kehalalan. Padahal, meskipun mahasiswa berada dalam lingkungan kampus berbasis Islam, kesadaran terhadap pentingnya memilih produk yang bersertifikasi halal belum sepenuhnya terinternalisasi. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Kalijaga dan IAIN Kudus memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya kosmetik halal, mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo belum menunjukkan tingkat kesadaran halal yang serupa. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai "Penerapan *Halal Awareness* Bagi Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam Penggunaan Produk *Skincare*." Judul tersebut diambil karena masih ditemukan adanya mahasiswa yang menggunakan produk *skincare* yang belum berlabel halal dan penelitian ini penting untuk meningkatkan pemahaman dan

kesadaran mahasiswa dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip kehalalan, serta menganalisis sejauh mana dampak dari penerapan *halal awareness* terhadap perilaku konsumsi penggunaan produk *skincare* di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks yang alamiah (Moleong, 2007). Pendekatan ini dipilih karena peneliti mengumpulkan data secara langsung di lapangan melalui pengamatan terhadap fenomena penerapan *halal awareness* di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam penggunaan produk *skincare*.

Metode pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dan observasi terhadap mahasiswa dari berbagai jurusan di lingkungan FEBI IAIN Ponorogo. Sementara data sekunder diperoleh dari foto dokumentasi, buku, jurnal, artikel, *website*, skripsi, dan referensi pustaka lainnya.

Data yang terkumpul kemudian diolah dengan teknik editing, pengorganisasian data, dan analisis data. Analisis data menggunakan model analisis dari Miles dan Huberman yang meliputi empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi teknik yaitu dengan membandingkan dan mengecek kesesuaian data antara hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dikumpulkan selama penelitian. Teknik ini dipilih agar hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang lebih utuh, objektif, dan menyeluruh mengenai penerapan *halal awareness* bagi mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam penggunaan produk *skincare*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pemahaman *Halal Awareness* pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam Penggunaan Produk *Skincare*

Kesadaran tidak hanya terbatas pada kemampuan individu dalam mengenali suatu objek atau peristiwa, tetapi juga mencerminkan tingkat pemahaman serta persepsi terhadap hal tersebut (Aziz & Chok, 2013). Dalam konteks ini, setiap umat Muslim harus memiliki kesadaran terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan sesuai dengan ajaran syariat Islam. *Halal awareness* diartikan sebagai pemahaman dan pengetahuan seorang Muslim mengenai konsep, syarat, serta ketentuan kehalalan yang harus dipenuhi suatu produk agar sesuai dengan ketentuan hukum Islam (Ambali & Bakar, 2014).

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Ponorogo merupakan kelompok konsumen yang aktif dalam penggunaan produk *skincare*, baik sebagai bentuk perawatan diri maupun penunjang penampilan agar terlihat lebih menarik. Seiring dengan

meningkatnya kesadaran gaya hidup islami, perhatian mereka terhadap aspek kehalalan produk *skincare* juga semakin meningkat. Dalam penelitian ini, pemahaman *halal awareness* diklasifikasikan menjadi dua jenis antara lain (Nugroho, 2013):

1. Kesadaran Intrinsik

   Kesadaran intrinsik ditandai dengan sikap aktif dalam menilai kehalalan suatu produk, tidak hanya bergantung pada keberadaan logo halal, tetapi juga memeriksa bahan baku, proses produksi, dan cara pemasaran produk. Sikap ini menunjukkan bahwa penggunaan produk tidak semata-mata mengikuti tren atau dampak lingkungan, melainkan dilandasi oleh keyakinan dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip Islam. Hal ini mencerminkan tingkat pemahaman yang lebih mendalam dan kesadaran yang diterapkan secara sadar dalam proses pengambilan keputusan (Nugroho, 2013).

   Sebagian mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menunjukkan kecenderungan dalam memilih produk *skincare* berdasarkan kandungan bahan yang sesuai dengan kebutuhan kulit. Mereka juga mempertimbangkan aspek kehalalan produk, baik melalui label halal, sertifikasi BPOM, maupun informasi dari sumber digital seperti YouTube dan *influencer*. Salah satu responden mengungkapkan, "Saya menggunakan produk dari Wardah karena cocok untuk kulit berminyak. Setahu saya, produk-produk *skincare* biasanya sudah melalui riset dan uji BPOM. Dari segi pemasaran, Wardah tidak *overclaim*, apalagi didukung oleh *brand ambassador* seperti Dewi Sandra yang membuat produknya lebih dipercaya." Selain itu, para mahasiswa cenderung menghindari produk dengan klaim yang berlebihan (*overclaim*) dan menjadi lebih selektif setelah memiliki pengalaman kurang baik terhadap produk tertentu. Penelitian ini diperkuat oleh hasil observasi dan dokumentasi yang menunjukkan bahwa mayoritas produk yang digunakan memiliki komposisi bahan yang jelas serta strategi promosi yang wajar.

   Namun demikian, masih terdapat mahasiswa yang belum sepenuhnya memperhatikan proses produksi secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman terhadap kehalalan produk belum merata. Nilai-nilai keislaman telah menjadi dasar pertimbangan mereka saat memilih produk *skincare*, meskipun penerapannya belum dilakukan secara menyeluruh dalam praktik konsumsi.

2. Kesadaran Ekstrinsik

   Kesadaran halal ekstrinsik tercermin dari kecenderungan individu dalam menilai kehalalan suatu produk berdasarkan tampilan luar atau informasi visual produk, seperti label halal, komposisi atau bahan baku, sertifikasi resmi, dan lainnya (Fauziah, 2021). Dalam konteks ini, keputusan menggunakan produk lebih didasarkan pada kepercayaan terhadap informasi yang mudah dikenali, tanpa menelusuri lebih lanjut terhadap proses produksi atau bahan baku yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian kehalalan bersifat praktis dan bergantung pada kejelasan label yang tercantum pada kemasan (Nugroho, 2013).

   Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo cenderung memilih produk *skincare* berdasarkan informasi visual yang tertera pada kemasan, seperti logo halal, label MUI, dan sertifikasi BPOM. Informasi tersebut dianggap cukup meyakinkan sehingga mereka tidak lagi mencari

tahu lebih dalam mengenai proses produksi maupun bahan baku yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kehalalan produk masih terbatas pada aspek yang tampak secara langsung. Salah satu responden menyatakan, "Saya memilih *skincare* Wardah karena sudah punya label halal dan juga terdaftar di BPOM, sehingga saya merasa lebih aman dan yakin atau nggak ragu dalam menggunakannya. Sejak awal membeli, saya memastikan produknya memiliki sertifikasi halal yang tertera di kemasan." Penelitian ini diperkuat oleh hasil observasi dan dokumentasi yang menunjukkan bahwa sebagian besar produk yang digunakan mahasiswa telah memiliki label halal serta komposisi bahan yang jelas. Hal ini memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk *skincare* yang mereka konsumsi.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa pemahaman *halal awareness* mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam penggunaan produk *skincare* lebih banyak didasarkan pada informasi visual produk yang ada pada kemasan, seperti logo halal, BPOM, dan label halal. Mayoritas mahasiswa belum secara mendalam menelusuri proses produksi maupun bahan baku yang digunakan, melainkan melihat informasi yang ada di kemasan dan keputusan pembelian yang diambil bersifat praktis dan visual produk.

Analisis Penerapan *Halal Awareness* dalam Penggunaan Produk *Skincare* di Kalangan Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo

Di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Ponorogo, penerapan *halal awareness* dalam penggunaan produk *skincare* tercermin dari kebiasaan memeriksa label halal pada kemasan, dan memilih produk yang dianggap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Meskipun belum merata, kesadaran ini menunjukkan adanya upaya untuk mengintegrasikan prinsip kehalalan dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Adapun penerapan *halal awareness* di kalangan mahasiswa dapat diterapkan melalui lima indikator sebagai berikut (Shaari, J. A. N. And Arifin, 2010).

1. Bahan Baku Halal

   Bahan baku merupakan aspek penting yang diperhatikan oleh konsumen Muslim dalam memilih produk *skincare*. Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menunjukkan kepedulian terhadap kehalalan bahan dengan memeriksa komposisi produk untuk memastikan tidak mengandung unsur haram seperti babi atau alkohol. Meskipun sebagian besar tidak mendalami keseluruhan proses produksi, mereka memastikan label halal, komposisi, dan BPOM pada kemasan sebagai acuan utama (Shaari, J. A. N. And Arifin, 2010).

   Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo selain memperhatikan label halal dan sertifikasi resmi, juga aktif mencari informasi tambahan sebelum membeli produk *skincare*. Mereka memanfaatkan media sosial, ulasan konsumen, dan penjelasan dari penjual sebagai sumber informasi pendukung. Hasil observasi dan dokumentasi menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa cenderung berhati-hati dalam memilih produk, dengan keputusan yang dipengaruhi oleh kejelasan informasi pada kemasan serta kesesuaian produk dengan prinsip kehalalan. Salah satu responden menyampaikan, "Sebelum beli, aku *Googling* dulu buat cari tahu informasi tentang komposisinya, terus cek logo halal MUI di kemasannya

biar lebih tenang." Hal ini mencerminkan adanya kesadaran yang tumbuh di kalangan mahasiswa akan pentingnya keamanan dan kehalalan bahan baku dalam produk yang mereka gunakan sehari-hari.

2. Kewajiban Agama

   Bagi konsumen Muslim, penggunaan produk halal merupakan bentuk ketaatan terhadap ajaran agama. Dalam konteks penggunaan *skincare*, kehalalan menjadi prioritas karena berkaitan dengan aspek fisik, dan spiritual. Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menunjukkan pemahaman yang beragam dalam menerapkan *halal awareness* sebagai bagian dari kewajiban agama. Sebagian besar dari mereka mempertimbangkan kehalalan produk tidak hanya dari sisi bahan baku, tetapi juga mencakup proses produksi hingga distribusinya. Kesadaran ini bahkan dikaitkan dengan nilai keberkahan rezeki dan ibadah dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu responden menyatakan, "Saya selalu menghindari produk yang mengandung alkohol dan penggunaan bahan berbahaya karena dalam Islam kita dianjurkan untuk memilih produk yang baik dan halal." Pernyataan ini menunjukkan bahwa bagi sebagian mahasiswa, memilih produk halal bukan sekadar kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga merupakan bentuk tanggung jawab spiritual dan moral dalam konsumsi sehari-hari.

   Hasil observasi menunjukkan bahwa produk *skincare* yang digunakan umumnya memiliki label halal, BPOM, dan komposisi bahan yang jelas. Namun, masih terdapat mahasiswa yang kurang memperhatikan aspek kehalalan karena keterbatasan informasi dan pemahaman. Dengan demikian, penerapan *halal awareness* dalam perilaku konsumsi mahasiswa sudah diterapkan, meskipun belum merata. Oleh karena itu, diperlukan edukasi dan penguatan literasi halal untuk mendukung praktik konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariat secara optimal.

3. Proses Produksi

   Kehalalan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh bahan baku, tetapi juga oleh proses produksinya. Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo umumnya mengandalkan label halal dan sertifikasi BPOM sebagai acuan utama dalam memilih produk skincare. Meskipun tidak semua mendalami proses produksi secara menyeluruh, sebagian dari mereka mulai menunjukkan kepedulian terhadap aspek lain seperti cara pembuatan, strategi pemasaran, serta ulasan dari beauty blogger dan media sosial sebagai sumber informasi tambahan. Hasil observasi menunjukkan bahwa produk-produk yang digunakan oleh mahasiswa umumnya telah mencantumkan label halal dan informasi komposisi secara jelas. Kesadaran terhadap pentingnya proses produksi dalam menjamin kehalalan produk juga mulai tumbuh, meskipun belum merata. Oleh karena itu, edukasi lebih lanjut masih diperlukan agar pemahaman mahasiswa terhadap kehalalan dalam seluruh rantai produksi dapat meningkat.

   Salah satu responden menyatakan, "Sebaiknya memastikan terlebih dahulu asal produk, karena pabrik di luar Indonesia cenderung kurang memperhatikan standar kehalalan dalam proses produksinya. Meskipun pabrik dalam negeri juga belum tentu sepenuhnya memenuhi standar halal, namun kemungkinan besar produk yang tidak halal

berasal dari negara dengan mayoritas penduduk non-Muslim. Untuk mencari informasi lebih lanjut, saya biasanya mengandalkan ulasan dari beauty blogger atau vlogger. Namun mereka pun tidak selalu dapat mengakses detail proses produksi, karena informasi tersebut bersifat rahasia dan hanya sebagian kecil yang dapat dipublikasikan. Oleh karena itu, saya belum bisa memastikan secara langsung apakah proses produksi suatu produk benar-benar memenuhi standar kehalalan." Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa mulai menunjukkan kesadaran terhadap pentingnya aspek kehalalan secara menyeluruh, keterbatasan informasi dan akses terhadap detail proses produksi masih menjadi kendala utama dalam memastikan kehalalan produk secara utuh.

4. Kebersihan Produk

Kebersihan produk merupakan salah satu indikator penting dalam kesadaran halal, yang dapat dilihat langsung pada kemasan dan penyajian produk. Produk yang bersih menunjukkan penerapan standar kebersihan oleh produsen, serta menjadi jaminan kualitas dan kehalalan. Proses kebersihan harus dijaga mulai dari tahap produksi, penyimpanan, hingga distribusi agar produk tetap aman dan layak digunakan oleh konsumen Muslim. Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menilai kebersihan dan keamanan produk skincare melalui berbagai indikator, seperti label halal, sertifikasi BPOM, tampilan kemasan, dan kejelasan bahan baku. Sebagian dari mereka juga memperhatikan adanya uji dermatologi (*dermatologically tested*) serta proses produksi di pabrik tertentu sebagai bentuk kehati-hatian dalam memilih produk. Namun, karena keterbatasan informasi mengenai proses produksi secara mendetail, mayoritas mahasiswa tetap menjadikan label halal sebagai indikator utama dalam menilai kebersihan dan kehalalan produk.

Salah satu responden menyatakan, "Jika sebuah produk sudah teruji *dermatologically tested*, saya merasa tidak ada yang perlu diragukan lagi mengenai kebersihannya—sudah diuji dan aman digunakan." Hasil observasi menunjukkan bahwa produk-produk yang digunakan mahasiswa umumnya telah memenuhi standar kebersihan melalui sertifikasi resmi dan mencantumkan kandungan bahan secara jelas. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran akan pentingnya aspek kebersihan dalam konteks penggunaan produk yang halal dan aman.

5. Pengetahuan Produk Halal Internasional

Produk *skincare* yang beredar di pasaran tidak hanya berasal dari dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri. Pengetahuan konsumen terhadap status kehalalan produk internasional menjadi indikator penting dalam membangun kesadaran halal. Setiap produk impor perlu diperhatikan kehalalannya melalui label resmi atau informasi yang terpercaya sebelum digunakan. Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo cenderung lebih percaya pada produk skincare lokal karena kejelasan label halal serta harga yang lebih terjangkau. Namun, sebagian dari mereka tetap menggunakan produk internasional dengan tetap memperhatikan aspek keamanannya, khususnya melalui sertifikasi halal atau izin BPOM. Salah satu responden menyatakan, "Saya menggunakan produk Skin Aqua, salah satu brand ternama asal Jepang dengan berbagai produk sunscreen yang bisa dibilang produk

internasional. Untuk memastikan kehalalannya, saya melihat dari sertifikasi halal dan BPOM-nya yang tertera di kemasannya."

Hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa umumnya menjadikan label halal sebagai acuan utama dalam memilih produk, baik lokal maupun internasional. Meskipun kesadaran terhadap pentingnya kehalalan produk internasional sudah cukup baik, masih dibutuhkan peningkatan literasi serta akses informasi yang lebih luas agar mahasiswa dapat menilai kehalalan produk secara lebih menyeluruh, terutama terhadap produk yang berasal dari negara non-Muslim.

Penulis menyimpulkan bahwa penerapan *halal awareness* mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam penggunaan produk *skincare* menunjukkan tingkat kesadaran yang cukup baik pada lima lima indikator, yaitu bahan baku, kewajiban agama, proses produksi, kebersihan produk, dan pengetahuan produk halal internasional. Kesadaran ini tercermin dari kebiasaan mahasiswa dalam memeriksa label halal, sertifikasi BPOM, dan komposisi sebagai bentuk kehati-hatian terhadap kehalalan produk yang digunakan. Sebagian mahasiswa juga mengaitkan kehalalan produk dengan nilai ibadah dan keberkahan rezeki, serta mulai memperhatikan proses produksi dan bahan baku meskipun akses informasi masih terbatas. Hal ini mahasiswa telah berupaya menerapkan prinsip kehati-hatian sesuai dengan syariat Islam sesuai dengan teori Shaari dan Arifin mengenai pentingnya memastikan kehalalan produk sebelum digunakan. Namun demikian, penerapan *halal awareness* dalam indikator kewajiban agama masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan edukasi dan penguatan literasi halal secara berkelanjutan agar kesadaran yang telah terbentuk dapat berkembang lebih optimal dan konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

Analisis Dampak dari Penerapan *Halal Awareness* terhadap Penggunaan Produk *Skincare* pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo

Dalam konteks umum, dampak dapat diartikan sebagai akibat dari suatu tindakan atau peristiwa, baik positif maupun negatif. Dampak dari penerapan *halal awareness* dalam penggunaan produk *skincare* pada mahasiswa Fakultas FEBI IAIN Ponorogo menunjukkan bahwa kesadaran halal mahasiswa FEBI turut membentuk pola konsumsi yang lebih selektif dan religius. Mahasiswa menjadi lebih berhati-hati dalam memilih produk skincare dengan memastikan bahwa produk yang digunakan tidak mengandung bahan haram dan telah memiliki sertifikasi halal. Kesadaran ini tidak hanya memberi ketenangan batin karena merasa telah menjalankan syariat Islam secara konsisten, tetapi juga mendorong tumbuhnya gaya hidup yang sehat dan bertanggung jawab. Dengan demikian, penerapan *halal awareness* memberikan dampak positif yang nyata dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, baik dari sisi spiritual maupun perilaku konsumtif. Berikut dampak dari penerapan *halal awareness*:

1. Dampak *halal awareness* dalam keputusan memilih produk

   Kesadaran terhadap kehalalan produk memiliki peranan penting dalam memberikan dampak keputusan konsumen, termasuk di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo saat memilih produk *skincare*. Mahasiswa dengan tingkat kesadaran halal yang tinggi cenderung lebih selektif dan teliti, dengan memperhatikan bahan baku, proses produksi,

hingga sertifikasi halal yang tercantum pada produk. Sementara itu, mahasiswa dengan tingkat kesadaran yang masih rendah umumnya hanya mengandalkan keberadaan logo halal pada kemasan tanpa menggali informasi lebih lanjut.

Secara umum, mayoritas mahasiswa menunjukkan preferensi terhadap produk skincare yang telah bersertifikat halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama serta untuk memberikan ketenangan dalam penggunaannya. Namun, terdapat pula sebagian mahasiswa yang lebih mengutamakan kecocokan dan manfaat produk bagi kulit, meskipun tetap memperhatikan aspek kehalalan. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa meskipun tingkat kesadaran berbeda-beda, mahasiswa tetap cenderung berhati-hati dalam memilih produk. Sebagian besar dari mereka sedang berada dalam proses meningkatkan pemahaman dan selektivitas terhadap kehalalan produk. Seperti yang dinyatakan oleh salah satu responden, "*Halal awareness* berdampak dalam keputusan saya memilih produk, dan ya, saya konsisten dalam memilih produk yang memiliki sertifikasi halal." Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *halal awareness* memberikan dampak nyata terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih produk skincare, di mana pertimbangan terhadap sertifikasi halal, izin BPOM, dan informasi produk menjadi bentuk kepatuhan terhadap nilai-nilai keagamaan sekaligus upaya menjaga keamanan dalam penggunaan produk sehari-hari.

2. Dampak *halal awareness* dalam keputusan membeli produk

Tingkat kesadaran halal telah terbukti memberikan dampak terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo. Mahasiswa dengan kesadaran halal yang tinggi menunjukkan sikap lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih produk, tidak hanya mempertimbangkan faktor harga, tetapi juga memperhatikan kebersihan, kejelasan label halal, serta kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariah. Sebaliknya, mahasiswa dengan tingkat kesadaran yang lebih rendah cenderung lebih mudah berdampak oleh harga terjangkau, desain kemasan menarik, atau *tren* pasar, tanpa memastikan terlebih dahulu status kehalalan produk yang akan digunakan. Sebagian besar mahasiswa lebih memilih produk *skincare* bersertifikat halal, dengan alasan keyakinan agama dan jaminan keamanan produk.

Namun demikian, terdapat pula mahasiswa yang lebih mengutamakan efektivitas produk, kecocokan dengan jenis kulit, serta popularitas di kalangan pengguna. Meskipun faktor-faktor lain seperti kualitas, harga, dan tren tetap menjadi pertimbangan, *halal awareness* tetap menjadi landasan penting dalam proses pengambilan keputusan. Seperti yang dinyatakan oleh salah satu responden, "Kesadaran halal itu penting banget dalam memilih produk, makanya saya tetap konsisten membeli produk Wardah. Saya milih produk ini karena sudah bersertifikat halal, sehingga lebih nyaman digunakan. Selain itu, kualitasnya bagus dan harganya pas di kantong mahasiswa." Hasil observasi dan dokumentasi memperkuat temuan ini, menunjukkan bahwa kesadaran terhadap kehalalan mendorong mahasiswa untuk bersikap lebih bijak dalam membeli produk, dengan mempertimbangkan keberadaan sertifikasi BPOM, label halal, serta informasi rinci mengenai komposisi dan keamanan produk. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa

penerapan *halal awareness* memiliki dampak nyata terhadap pola konsumsi mahasiswa, khususnya dalam membentuk perilaku konsumtif yang lebih selektif dan sejalan dengan nilai-nilai keagamaan.

3. Dampak *halal awareness* dalam keputusan menggunakan produk

   Kesadaran terhadap kehalalan produk tidak hanya berdampak pada keputusan pembelian, tetapi juga konsistensi penggunaan produk *skincare* oleh mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo. Mahasiswa yang memiliki tingkat kesadaran halal yang baik cenderung lebih konsisten dalam memilih dan menggunakan produk yang telah jelas status kehalalannya, karena dianggap sejalan dengan nilai-nilai syariat dan memberikan jaminan keamanan. Sebaliknya, mahasiswa yang kesadaran halal masih rendah biasanya menggunakan produk berdasarkan kenyamanan pribadi, kebiasaan, atau ketersediaan produk di pasaran, tanpa memperhatikan aspek kehalalan secara menyeluruh. Mayoritas mahasiswa cenderung memilih produk skincare yang bersertifikat halal, aman, dan sesuai dengan jenis kulit mereka. Meskipun demikian, sebagian lainnya masih mempertimbangkan faktor-faktor praktis seperti hasil pemakaian, harga, dan ketersediaan produk di pasaran. Hal ini menunjukkan bahwa *halal awareness* memang memberikan pengaruh terhadap kebiasaan konsumsi, meskipun keputusan akhir sering kali dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan lainnya. Hasil observasi dan dokumentasi juga memperkuat temuan ini, bahwa kesadaran terhadap kehalalan mendorong mahasiswa untuk lebih konsisten dalam memilih produk yang tidak hanya sesuai dengan kondisi kulit, tetapi juga aman dan selaras dengan prinsip keagamaan.

   Seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden, “Saya tetap konsisten menggunakan produknya, Kak. Walau mereknya berbeda, saya tetap mempertimbangkan *halal awareness* dan memilih yang sesuai dengan kebutuhan kulit serta aman digunakan.” Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *halal awareness* memiliki dampak signifikan terhadap keputusan penggunaan produk skincare, khususnya dalam memastikan kesesuaian produk dengan prinsip syariat Islam, keamanan, dan kebutuhan kulit. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa adanya penerapan *halal awareness* memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk *skincare*. Mahasiswa dengan tingkat kesadaran halal yang baik cenderung lebih selektif, dengan mempertimbangkan aspek kehalalan, keamanan, serta kesesuaian produk dengan prinsip syariat Islam. Meskipun demikian, faktor lain seperti efektivitas produk, harga, dan tren tetap menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian. *Halal awareness* berperan besar dalam membentuk perilaku mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo untuk memilih produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan kulit, tetapi juga aman, halal, dan sesuai dengan nilai-nilai agama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo terhadap konsep *halal awareness* dalam penggunaan produk skincare berada pada

tingkat yang cukup baik. Mahasiswa umumnya menunjukkan perhatian terhadap aspek kehalalan melalui label halal, sertifikasi BPOM, dan informasi komposisi produk. Namun, kesadaran ini masih bersifat eksternal atau simbolik, karena belum sepenuhnya disertai dengan pemahaman mendalam terkait proses produksi, bahan baku, dan kehalalan produk secara menyeluruh, khususnya pada produk internasional. Dalam penerapannya, mahasiswa baru mengacu pada tiga dari empat indikator *halal awareness* menurut teori Shaari dan Arifin, yaitu bahan baku halal, proses produksi, dan kebersihan produk. Pengetahuan terhadap kehalalan produk internasional belum sepenuhnya dikuasai, meskipun ada kecenderungan awal untuk memperhatikannya

Temuan ini memberikan implikasi praktis yang penting. Bagi mahasiswa, dibutuhkan peningkatan literasi halal agar kesadaran tidak berhenti pada label, melainkan juga mencakup pemahaman terhadap rantai produksi dan sumber bahan. Bagi dosen, hasil ini dapat menjadi bahan refleksi untuk mengintegrasikan isu-isu kehalalan dalam mata kuliah yang relevan agar mahasiswa memiliki pemahaman yang lebih komprehensif dan aplikatif. Bagi institusi kampus, penting untuk mengembangkan program edukasi halal secara berkelanjutan melalui seminar, pelatihan, maupun kolaborasi dengan lembaga sertifikasi halal guna menciptakan generasi konsumen muslim yang lebih kritis dan bertanggung jawab.

Secara akademik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen muslim dalam konteks non-pangan, khususnya produk skincare. Hal ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan yang mengeksplorasi pengaruh media digital, pengetahuan fiqih halal, serta peran institusi dalam membentuk kesadaran halal di kalangan generasi muda. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *halal awareness* memberikan dampak positif terhadap pola konsumsi mahasiswa, tidak hanya dalam membentuk perilaku konsumtif yang lebih selektif dan bertanggung jawab, tetapi juga sebagai wujud nyata penerapan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

REFERENSI

Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *121*(October), 5.

Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, *25*(1), 1–23. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/08974438.2013.723997

Burhani, H. (2020). *Sudahkah Muslim Milenial Indonesia Sadar Halal?* Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Kegamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama. https://simlitbangdiklat.kemenag.go.id/simlitbang/spdata/upload/policy_paper/16202880692._Policy_P%0Aaper_-_Milenial_Sadar_Halal_[13-1-2021]_.pdf.

Fauziah. (2021). *Survei Sadar Halal: Generasi Muslim Milenial*. Litbangdiklat Press.

Haider, H. M. A. A. N. S. Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention – evidence from Pakistan's Halal food sector. *Management Research Review*, *38*(6), 642.

https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-01-2014-0022

Hudrasyah, A. N. dan H. (2017). The Influence Of Halal Awareness, Halal Certification, And Personal Societal Perception Toward Purchase Intention: A Study Of Instant Noodle Consumption Of College Student In Bandung. *Journal of Business and Management*, *6*(1), 23.

Lia dan Lutfiana. (2024). *Wawancara*.

Marici, A. (2023). *Survei Menunjukkan 90% Perempuan Indonesia Pilih Brand Makeup Lokal*. Diambil 1 Mei 2023, dari https://www.fimela.com/amp/5059290/survei-menunjukkan-90-perempuan-indonesia-pilih-brand-makeup-lokal.

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mursalin, H. (2023). Perilaku Sadar Halal pada Generasi Muslim Milenial. *Indonesian Journal Of Humanities and Social Sciences*, *4*(3), 704.

Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta.

Nugroho. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Makanan Halal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *1*(2), 84–90.

Rohmah Maulidia, K. R. dan L. S. (2024). Halal Regulation And Certification In The Catering Business: A Critical Review Of Consumer Protection. *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah*, *15*(1), 185. https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.18860/j.v15i1.26988

Shaari, J. A. N. And Arifin, N. S. (2010). Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Review of Business Research Papers*, *6*(4), 444–456.

Suganda, A. D. I. W. S. dan F. R. (2022). Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal Dalam Menentukan Minat Beli Produk Mie Instan Di Kalangan Konsumen Muslim Di Kabupaten Garut. *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management*, *01*(01), 14.

Talib, M. S. A., & Faculty, Siti Salwa Md. Sawari, A. B. A. H. dan T. A. C. (2016). Emerging Halal food market: an Institutional Theory of Halal certificate implementation. *Management Research Review*, *39*(9), 3. https://doi.org/Doi: 10.1108/MRR-06-2015-0147