

ABSTRAK

Septy Nila Trianawati, 17101163038, **Persepsi Mahasiswa IAIN Tulungagung tentang Label Halal Pada Kosmetik.** Skripsi. Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

Dosen

Pembimbing: Dr. Hj. Nur Fadhilah, S.H.I, M. H.

Kata kunci: Persepsi, Label Halal, Kosmetik.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan dampak pada berbagai sektor industri. Pertumbuhan ekonomi yang meluas baik pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri bersaing dengan ketat, sehingga kegiatan ekspor impor barang tidak dapat dibendung lagi. Banyaknya barang dan jasa yang ditawarkan membuat konsumen memerlukan jaminan atas produk yang beredar. Jaminan ini tidak hanya pada produk makanan saja tetapi juga pada produk lain salah satunya kosmetik. Kosmetik aman yang beredar di pasaran dapat dilihat dengan adanya label halal, berdasarkan hal tersebut peneliti ingin membahas tentang persepsi mahasiswa IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana persepsi mahasiswa IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik? (2) Bagaimana implikasi persepsi mahasiswa IAIN Tulungagung tentang label halal terhadap pemilihan produk kosmetik? Tujuan dalam penelitian ini (1) Untuk mengetahui persepsi mahasiswa IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik dan (2) Untuk mengetahui implikasi persepsi Mahasiswa IAIN Tulungagung tentang label halal terhadap pemilihan produk kosmetik.

Jenis penelitian ini adalah penelitian empiris atau sosiologis. Sumber data diambil dari data primer yakni melalui wawancara dan data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Teknik pengumpulan data dikumpulkan berdasarkan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan *descriptive analysis*. Pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa (1) Persepsi mahasiswa IAIN Tulungagung tentang label halal pada kosmetik terdapat 3 pendapat, yaitu: sebagai tanda suatu kosmetik tidak mengandung unsur haram dan aman digunakan bagi konsumen, produk yang sudah mendapat ijin BPOM, label yang diperoleh dari MUI (2) Persepsi mahasiswa IAIN Tulungagung tidak berimplikasi terhadap pemilihan produk kosmetik. Keterlibatan mahasiswa untuk memilih produk kosmetik, dipengaruhi 4 faktor yaitu: sebagai bentuk ekspresi diri (*self expressive*), aspek hedonisme (*hedonic importance*), relevansi praktis (*practical relevance*) dan resiko pembelian (*purchase risk*), sehingga label halal pada produk kosmetik jarang diperhatikan oleh para mahasiswa.

ABSTRACT

Septi Nila Trianawati, 17101163038, **The Perception of State Islamic Institute of Tulungagung Students about Halal Labels on Cosmetics.** Thesis. Faculty of Sharia and Law Science, Department of Sharia Economics, State Islamic Institute of Tulungagung. Advisor: Dr. Hj. Nur Fadhilah, S.H.I, M. H.

Keywords: Perception, Halal Label, Cosmetics.

The development of increasingly sophisticated technology has an impact on various industrial sectors. Widespread economic growth both in the domestic and foreign markets compete fiercely, so that the export and import of goods cannot be stopped. The number of goods and services offered makes consumers need guarantees for the products in circulation. This guarantee is not only for food products but also for other products, one of which is cosmetic. Safe cosmetics on the market can be seen with the presence of halal labels, based on this researchers want to discuss about the perception of students of State Islamic Institute of Tulungagung about halal labels on cosmetics.

The formulations of the problem in this research are: (1) What is the perception of State Islamic Institute of Tulungagung students about halal labels on cosmetics? (2) What are the implications of the perception of State Islamic Institute of Tulungagung students about halal labels on the selection of cosmetic products? The objectives of this research were (1) to find out the perception of State Islamic Institute of Tulungagung students about halal labels on cosmetics (2) to find out the implications of State Islamic Institute of Tulungagung students perception about halal labels on cosmetics.

This type of research is empirical or sociological research. The data source is taken from primary data through interviews and secondary data obtained indirectly from the source. Data collection techniques are collected based on interviews, observation and documentation. Data analysis techniques using descriptive analysis. Checking the validity of the data using triangulation techniques.

The results of this research stated that (1) Perception of State Islamic Institute of Tulungagung students about halal labeling on cosmetics, there were 3 opinions, namely: as a sign that cosmetics do not contain illicit substances and are safe to use for consumers, products that have received BPOM permission, labels obtained from MUI (2) Perception of State Islamic Institute of Tulungagung students does not have implications for the selection of cosmetic products. The involvement of female students in choosing cosmetic products is influenced by 4 factors: self-expression, aspects of hedonic importance, practical relevance and purchase risk, so that the halal label on cosmetic products is rarely considered by female students.

الملخص

سيتي نيلا ترياناواي، ١٧١٠١١٦٣٠٣٨، إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية عن ملصقات الحلال على مستحضرات التجميل. البحث العلمي. كلية الشريعة والعلوم القانونية قسم الاقتصاد الشرعي جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية. المشرف: الدكتور الحاجة نور فضيلة الماجستير.

الكلمات الأساسية: الإدراك، ملصقات الحلال، مستحضرات التجميل.

تطوير التكنولوجيا المتطرفة بشكل متزايد له تأثير على مختلف القطاعات الصناعية. يتنافس النمو الاقتصادي على نطاق واسع في الأسواق المحلية والأجنبية، بحيث لا يمكن الوقف لتصدير البضائع واستيرادها. عدد السلع والخدمات المقدمة يجعل المستهلكين بحاجة إلى ضمانات للمنتجات المتداولة. هذا الضمان لا يقتصر فقط على المنتجات الغذائية ولكن أيضاً بالنسبة للمنتجات الأخرى، ومنها مستحضرات التجميل. يمكن رؤية مستحضرات التجميل الآمنة في السوق عن طريق وجود ملصقات حلال، بناءً على ذلك، تزيد الباحثة أداء البحث حول إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية عن ملصقات الحلال على مستحضرات التجميل.

مسائل البحث في هذا البحث هي: (١) كيف إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية عن ملصقات الحلال على مستحضرات التجميل؟ (٢) كيف تأثير إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية عن ملصقات الحلال على اختيار متجر مستحضرات التجميل؟ كانت الأهداف من هذا البحث هي (١) لمعرفة إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية عن ملصقات الحلال على مستحضرات التجميل (٢) لمعرفة تأثير إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية عن ملصقات الحلال على مستحضرات التجميل.

نوع هذا البحث هو البحث التجاري أو الاجتماعي. يتمأخذ مصدر البيانات من البيانات الأولية من خلال المقابلة والبيانات الثانوية التي تم الحصول عليها بشكل غير مباشر من المصدر. طريقة جمع البيانات بناءً على المقابلة والملاحظة والوثائق. طريقة تحليل البيانات باستخدام التحليل الوصفي. تفتيش صحة البيانات باستخدام التقنيات التحليلي.

ذكرت نتائج هذا البحث أن (١) كان إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية عن ملصقات الحلال على مستحضرات التجميل يشمل على ثلات آراء، وهو: كدليل على أن مستحضرات التجميل لا تحتوي على مواد محرّمة (غير مشروعة) وأنّها آمنة للاستخدام للمستهلكين، والمنتجات التي حصلت على إذن بفوم والملصقات التي تم الحصول عليها من مجلس العلماء إندونيسييا (٢) إدراك طلاب جامعة تولونج أجونج الإسلامية ليس له آثار على اختيار مستحضرات التجميل. تُتأثر مشاركة الطالبات في اختيار مستحضرات التجميل بأربعة عوامل وهي: كالتعبير عن الذات، وجوانب أهمية المتعة، والارتباط العملي وخطر الشراء، حتى يكون الاهتمام بملصقات الحلال على مستحضرات التجميل نادراً عند الطالبات.