

Edukasi Label Halal Produk Kecantikan bagi Ibu-Ibu Perwiridan Nurul Huda, Lubuk Pakam, Deli Serdang (Berdasarkan UU No. 33/2014)

Muhammad Faisal Husna¹, Tri Reni Novita², Adinda Handayani Pratiwi^{*3}, Putri Farida Hanum Padang⁴, Sri Wahyuni⁵, Nurhayani Arab⁶, Nova Ramadhani⁷, Ernita Ndruru⁸, Nining Suriani⁹

^{1,3,4,5,6,7,8,9}PPKn, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Indonesia

²Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Indonesia

*e-mail: adindapратиwi1708@gmail.com³

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman ibu-ibu perwiridan di Masjid Nurul Huda, Lubuk Pakam, tentang pentingnya label halal dalam pemilihan produk kecantikan untuk kesehatan kulit. Kegiatan berlangsung pada 5 Mei 2025 dan diikuti oleh 70 peserta. Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif dan diskusi langsung, disampaikan oleh tim mahasiswa PPKn dengan bimbingan dosen. Materi mencakup risiko produk tanpa sertifikasi BPOM, pentingnya kandungan halal, dan rekomendasi produk aman. Evaluasi dilakukan melalui diskusi dan umpan balik langsung. Hasilnya menunjukkan peningkatan kesadaran peserta terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik, yang sebelumnya banyak dipengaruhi oleh tren dan harga murah. Dampaknya, peserta menjadi lebih selektif dalam memilih produk perawatan kulit yang tidak hanya aman tetapi juga sesuai syariat Islam. Kegiatan ini berkontribusi nyata dalam membentuk perilaku konsumen Muslim yang lebih sadar dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Edukasi, Konsumen, Kesehatan Kulit, Label Halal, Produk Kecantikan

Abstract

This community service activity aims to increase the understanding of the mothers of the Nurul Huda Mosque, Lubuk Pakam, about the importance of halal labels in choosing beauty products for healthy skin. The activity took place on May 5, 2025 and was attended by 70 participants. The method used was interactive lectures and direct discussions, delivered by a team of PPKn students with the guidance of lecturers. The material includes the risks of products without BPOM certification, the importance of halal content, and recommendations for safe products. Evaluation was carried out through discussion and direct feedback. The results showed an increase in participants' awareness of the safety and halalness of cosmetic products, which were previously influenced by trends and low prices. As a result, participants became more selective in choosing skin care products that were not only safe but also in accordance with Islamic law. This activity contributed significantly to shaping the behavior of Muslim consumers who were more aware and responsible.

Keywords: Beauty Products, Consumers, Education, Halal Label, Skin Health

1. PENDAHULUAN

Kebutuhan seseorang untuk menunjukkan rasa percaya diri di depan umum sangat penting, baik saat hendak keluar rumah, bekerja, maupun saat melakukan presentasi atau aktivitas lainnya. Untuk memperbaiki penampilan, banyak orang memilih pakaian yang menarik, menjaga kebersihan tubuh dengan aroma segar, serta menggunakan kosmetik yang dapat memberikan kesan wajah lebih bersih dan bercahaya. Walaupun penggunaan kosmetik melibatkan pria dan wanita, dominasi pengguna tetap berasal dari kalangan wanita (Qorib, Ermelinda, & Oktarina, 2023). Sementara itu, pria yang memakai produk kosmetik masih tergolong sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa wanita umumnya lebih mengutamakan penampilan yang rapi dan elegan di depan publik, sedangkan sebagian besar pria lebih memilih tampil sederhana dan alami.

Merawat kulit yang sehat dan kencang menjadi impian banyak orang, khususnya bagi mereka yang mulai menginjak usia 30 tahun. Perubahan pada kulit wajah biasanya muncul

seiring bertambahnya usia, terutama jika tidak didukung dengan perawatan kulit yang tepat (Yuliana, Rahmiayani, Pebiansyah, & Resmawati Saleha, 2022).

Industri kecantikan, khususnya produk perawatan kulit atau skincare, menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Di era globalisasi dan kemajuan teknologi, produk skincare impor mendominasi pasar. Namun, merek lokal berusaha menjaga eksistensi mereka dengan berinovasi dan bersaing agar tetap relevan dan berkembang. Pertumbuhan pasar skincare di Indonesia pada 2022 didorong oleh perubahan tren dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pola konsumsi dan preferensi konsumen dalam beberapa tahun terakhir (Nawiyah, Kaemong, Ilham, & Muhammad, 2023).

Menurut Sugiarti dalam (Yuliana, Rahmiayani, Pebiansyah, & Resmawati Saleha, 2022), pemilihan produk skincare sebaiknya disesuaikan dengan kondisi kulit masing-masing agar hasilnya optimal dan kesehatan kulit terjaga. Penggunaan produk yang tidak cocok dapat merusak kulit wajah, sehingga pemilihan produk yang tepat sangat penting.

Industri kosmetik Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan setiap tahun, bahkan memberikan kontribusi besar pada nilai ekspor negara. Kesadaran masyarakat, terutama wanita, tentang pentingnya kosmetik sebagai kebutuhan sehari-hari semakin meningkat. Tren penggunaan kosmetik yang terus berkembang dan keinginan untuk tampil menarik menjadi faktor utama pertumbuhan industri ini. Produsen berlomba-lomba menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen (El-farobie, Muharir, & Setiawan, 2021)

Menurut schiffan dan kanuk dalam (Sitompul, 2021), konsumen kosmetik cenderung loyal terhadap merek yang sudah dikenal dan mengalami kesulitan beralih ke merek lain. Dalam pengambilan keputusan pembelian, mereka mempertimbangkan kesesuaian dan keamanan produk dengan jenis kulit mereka. Hal ini penting agar produk yang digunakan efektif, aman, dan nyaman. Kosmetik juga berperan dalam kesehatan; produk yang salah bisa menyebabkan iritasi atau masalah kulit serius.

Indonesia menjadi pasar potensial berkat pola konsumsi unik masyarakatnya. Konsumen muslim di Indonesia mengutamakan kehalalan produk, terutama makanan dan minuman. Namun, dalam memilih kosmetik, masih terdapat ketidakpastian. Dominasi umat muslim sebagai mayoritas mempengaruhi pentingnya aspek kehalalan. Dalam tradisi Islam, fatwa yang dihasilkan melalui ijtihad para ulama menjadi pedoman hukum dalam berbagai isu, termasuk kehalalan produk.

Islam mengajarkan pentingnya memperhatikan kehalalan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Prinsip ini mendasari setiap transaksi konsumsi. Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168, Allah SWT memerintahkan manusia untuk makan yang halal dan baik, serta menjauhi langkah setan yang merupakan musuh nyata (Q.S Al-Baqarah ayat 168).

Menurut rafita dalam (Wajdi & Susanti, 2021) jaminan halal produk kecantikan sangat penting, terutama di Indonesia. Umat muslim dilarang mengonsumsi produk yang tidak sesuai prinsip halal. Label halal pada kemasan memudahkan konsumen mengenali dan membedakan produk halal, yang dianggap lebih aman dan menenangkan bagi pengguna, terutama wanita yang rutin menggunakan produk kecantikan.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keberadaan label halal dengan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian yang dimana telah dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wajdi & Susanti, 2021) bahwa hasil penelitian menunjukan terkait labelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Sesuai dengan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai jaminan Produk halal, berbagai ketentuan telah diatur untuk memastikan kehalalan produk yang beredar. Prosedur dalam pengelolaan label telah dikembangkan berdasarkan peraturan yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sejalan dengan hal tersebut, merujuk pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang mewajibkan adanya pencantuman label halal, serta Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang adanya jaminan produk halal. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk menelaah kembali efektivitas pelaksanaan jaminan halal dalam konteks perlindungan konsumen (Mairinda, 2021).

Literasi tentang label halal pada produk kosmetik masih tergolong rendah di kalangan ibu-ibu Perwiridan Nurul Huda, Kecamatan Lubuk Pakam. Hal ini menimbulkan potensi risiko penggunaan produk ilegal yang beredar luas, terutama produk kosmetik mengandung bahan berbahaya seperti merkuri. Data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2021 mengungkapkan adanya sejumlah produk kosmetik bermerkuri yang masih ditemukan di pasaran, termasuk di wilayah Lubuk Pakam, seperti Temulawak New Day and Night Cream, Night Natural 99 Vitamin E, dan Diamond Cream (Syafitri & Dewi, 2022). Produk-produk tersebut berisiko menimbulkan gangguan kesehatan serius pada kulit dan organ tubuh pengguna.

Permasalahan tersebut menjadi perhatian serius mengingat mayoritas konsumen kosmetik di Indonesia adalah wanita muslim yang mengutamakan keamanan sekaligus kehalalan produk sesuai dengan syariat Islam. Namun, rendahnya pemahaman tentang pentingnya label halal dan minimnya edukasi konsumen membuat ibu-ibu di komunitas Perwiridan Nurul Huda rentan memilih produk tanpa memastikan sertifikasi halal dan keamanan produk tersebut (Suyani, Zuliah, & Nuraflah, 2020)

Berbagai penelitian pengabdian masyarakat terbaru menegaskan pentingnya edukasi terkait label halal dan perlindungan konsumen sebagai langkah strategis dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku pembelian produk halal (Hartanto & Syafiina, 2021) (Sawalni, 2025). Edukasi yang tepat dan berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan pengetahuan konsumen sekaligus mengurangi risiko pembelian produk non-BPOM dan tidak bersertifikat halal.

Dalam konteks perlindungan konsumen, pemerintah melalui BPOM dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menerapkan regulasi dan sertifikasi halal yang wajib dipatuhi oleh pelaku usaha (Japar, Paraikkasi, & Muthiadin, 2024). Namun, implementasi di tingkat masyarakat masih perlu didukung dengan program edukasi yang efektif dan tepat sasaran, khususnya pada kelompok rentan seperti ibu-ibu di komunitas keagamaan.

Tak hanya itu, label halal memiliki pengaruh yang sangat besar dalam Keputusan pembelian produk skincare bagi wanita muslim yang dimana juga hal ini masuk dalam sebuah hadist Rasul yang menyebutkan bahwa: "Jika barang itu rusak, katakanlah rusak, jangan engkau sembunyikan. Jika barang itu murah, jangan kau katakan mahal. Jika barang itu jelek, katakanlah jelek, jangan kau katakan bagus". (HR. Tirmidzi). Dan dalam hal ini diartikan bahwa perdangan barang cacat yang disembunyikan dari konsumen adalah tindakan yang dikategorikan sebagai haram. Artinya, produk mencakup segala jenis barang dan jasa yang disediakan bagi konsumen, yang harus memenuhi standar kualitas sebagaimana yang telah dijanjikan. Syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh sebuah produk adalah kepatuhan terhadap kriteria halal. HR. Ibnu Majah dan Ibnu Hambal juga mendukung hadist Rasulullah diatas yang dimana berbunyi "Tidak diharamkan bagi seorang muslim menjual barang yang cacat kecuali ia memberitahukannya".

Berkaitan dengan kosmetika, produk kosmetik sebenarnya tidak dikonsumsi dan tidak masuk ke dalam tubuh secara langsung. Oleh karena itu, kosmetik sering kali di asosiasikan dengan isu-isu kesucian atau kotoran. Produk kosmetik dapat dianggap haram jika dalam komposisinya terdapat bahan yang tergolong najis. Perbedaan antara produk kosmetik halal dan haram terletak pada komposisinya yang dimana ada beberapa bahan yang harus dihindari seperti babi, hewan tidan halal, bangkai, atau unsur yang berasal dari tubuh manusia seperti darah (Putra, 2023).

Untuk menjamin kehalalan bagi konsumen, standar halal diperkenalkan ke dalam sektor halal dan serfitikasi halal diberikan oleh organisasi islam yang terpercaya. Diindonesi proses sertifikasi halal sendiri dikelola oleh berbagai lembaga. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) bertanggung jawab dalam menilai dan mengawasi produk makanan kemasan. Sertifikat halal yang diberikan oleh majelis ulama Indonesia (MUI) didasarkan pada evaluasi yang dilakukan oleh lembaga pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika MUI (LPPOM MUI).

Penelitian ini memberikan pemahaman dan edukasi kepada masyarakat yakni ibu-ibu perwiridan Nurul Huda Kecamatan Lubuk Pakam untuk lebih bijak dalam memilih produk kecantikan yang akan digunakan bagi diri sendiri baik dimulai dari bedak, lipstik, bahkan

lainnya yang sesuai dengan isi kandungan yang baik dan halal di dalamnya sesuai kebijakan islam.

Memilih produk halal tidak hanya menjamin keamanan dan kesehatan kulit, tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap syariat Islam, sehingga produk tersebut nyaman digunakan dalam aktivitas sehari-hari maupun ibadah. Beberapa merek kosmetik lokal yang telah melalui uji klinis dan memiliki sertifikasi halal mungkin masih kurang dikenal oleh masyarakat luas. Menurut laporan dari Suara.com, terdapat beberapa merek makeup lokal yang direkomendasikan karena aman digunakan serta telah mendapatkan persetujuan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan sertifikasi halal, antara lain:

- a. Wardah (berdiri sejak tahun 1995).
- b. Pixy.
- c. Hanasui.
- d. Emina
- e. Y.O.U.
- f. Somethinc
- g. Mizu.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) juga telah melakukan pemantauan terkait kasus produk kosmetik berbahaya yang mengandung merkuri di Indonesia. Pada tahun 2021, sejumlah produk tersebut masih ditemukan di pasaran dan menjadi perhatian serius karena potensi bahayanya bagi konsumen. Beberapa merek kosmetik berbahaya yang mengandung merkuri, sebagaimana dilaporkan oleh (Syafitri & Dewi, 2022), meliputi:

- a. Temulawak New Day dan Night Cream Beauty Whitening Cream.
- b. Night Natural 99 Vitamin E.
- c. Cream Pemutih Dokter.
- d. Diamond Cream.
- e. Ling Zhi Vitamin E.
- f. Night Cream SJ Sin Jung.
- g. Tabitha daily Cream & Nightly Cream.

Pemerintah memainkan peran krusial sebagai penyelenggara dalam perlindungan konsumen. Sebagai penengah, pemerintah berfungsi untuk mempertemukan kepentingan pelaku usaha dan konsumen. Tujuan dari peran ini adalah untuk memastikan bahwa proses jual beli dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Dengan demikian, baik pelaku usaha maupun konsumen dapat melakukan transaksi dengan aman dan adil. Pemerintah memiliki peranan penting dalam melakukan pembinaan serta pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen (Maulana, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan ibu-ibu Perwiridan Nurul Huda mengenai label halal pada produk kosmetik minimal sebesar 30% dan mengurangi niat membeli produk non-BPOM sebesar 20% melalui program edukasi yang diselenggarakan secara terstruktur dan partisipatif.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Senin, 5 Mei 2025, bertempat di Masjid Nurul Huda, Jalan Sultan Hasanuddin, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang. Sebanyak 70 orang peserta yang merupakan anggota aktif Perwiridan Ibu-Ibu Nurul Huda turut hadir dalam kegiatan ini. Pelaksana kegiatan adalah mahasiswa Program Studi PPKn yang sedang menempuh mata kuliah Kewirausahaan, dengan bimbingan langsung dari dosen pengampu. Metode kegiatan tidak hanya bertumpu pada ceramah satu arah, melainkan juga melibatkan pendekatan partisipatif melalui diskusi kelompok, simulasi membaca label kosmetik, serta evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong pemahaman ibu-ibu tentang pentingnya mengenali label halal dan izin edar BPOM dalam memilih produk kecantikan.

2.1. Tahapan Kegiatan

a. Pra-Kegiatan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan koordinasi internal untuk merancang kegiatan secara terstruktur. Kegiatan ini mencakup penyusunan materi sosialisasi berbasis visual interaktif yang relevan dengan kebutuhan sasaran, pembuatan leaflet edukatif, penyusunan instrumen evaluasi (kuisisioner pre-test dan post-test), serta perumusan lembar observasi partisipasi. Selain itu, dilakukan survei lokasi bersama mitra Perwiridan Nurul Huda guna memastikan kesiapan teknis, logistik, serta pemetaan kondisi peserta yang menjadi sasaran kegiatan.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di lokasi Perwiridan Nurul Huda Kecamatan Lubuk Pakam dan dihadiri oleh 70 peserta. Acara diawali dengan sambutan dari perwakilan tuan rumah dan tim dosen Program Studi PPKn. Materi disampaikan secara interaktif melalui ceramah, diskusi terbuka, serta simulasi atau demonstrasi membaca label halal dan nomor registrasi BPOM pada kemasan produk kecantikan. Peserta diberikan leaflet edukatif sebagai bahan ajar pendamping yang dapat digunakan secara mandiri setelah kegiatan. Seluruh rangkaian kegiatan didesain untuk mendorong keterlibatan aktif peserta dan membentuk pemahaman yang aplikatif terhadap topik yang disampaikan.

c. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan dua instrumen:

1) Kuisisioner pre-test dan post-test

Instrumen ini terdiri dari 10 butir pernyataan menggunakan skala Likert (1–5), yang mengukur aspek pengetahuan mengenai label halal, keamanan produk kosmetik, dan niat membeli produk yang telah memiliki izin edar dari BPOM. Kuisisioner telah melalui uji validitas dan reliabilitas dengan nilai koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,82, menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel untuk digunakan dalam evaluasi pemahaman peserta.

2) Lembar observasi partisipasi

Observasi dilakukan untuk mencatat tingkat partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung, meliputi keterlibatan dalam diskusi, keaktifan dalam menjawab pertanyaan, serta kemampuan mengidentifikasi label halal dan nomor registrasi BPOM secara mandiri. Data observasi ini memberikan informasi tambahan yang memperkuat hasil evaluasi kuantitatif, terutama dalam menilai efektivitas pendekatan interaktif yang digunakan selama kegiatan.

Tabel 1. Alur Kegiatan

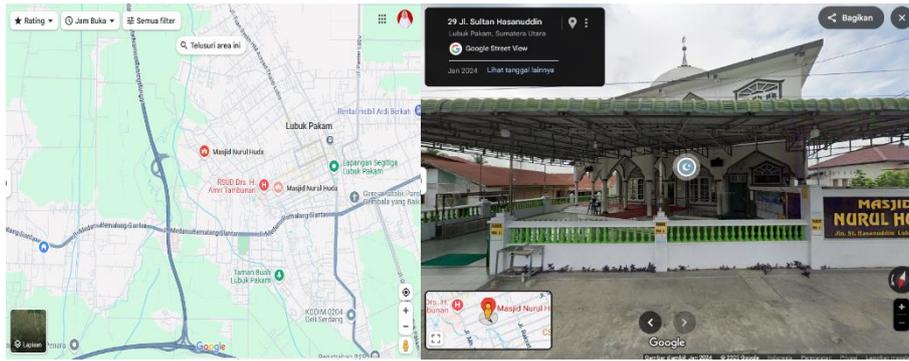
No	Kegiatan	Keterangan
1.	Persiapan	Tim PkM
2.	Survei Lokasi	Tim PkM dan Mitra
3.	Pelaksanaan Kegiatan	Tim PkM dan mitra
4.	Evaluasi	Tim PkM
5.	Pembuatan Laporan	Tim PkM
6.	Pembuatan Draf Publikasi	Tim PkM

2.2. Kriteria Keberhasilan

Keberhasilan program ditentukan oleh:

- Peningkatan skor rata-rata pemahaman peserta minimal 30% dari pre-test ke post-test, dan
- Penurunan rata-rata niat membeli kosmetik non-BPOM sebesar 20% berdasarkan kuisisioner.

Dengan pendekatan partisipatif dan berbasis data ini, diharapkan terjadi perubahan perilaku konsumtif yang lebih sadar terhadap aspek keamanan dan kehalalan produk kecantikan, khususnya di kalangan ibu-ibu Perwiridan Nurul Huda.



Sumber: (<https://maps.google.com>)

Gambar 1. Tempat Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, khususnya kepada ibu-ibu Perwiridan Nurul Huda. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memilih produk kecantikan yang mengandung unsur kehalalan. Hal ini didasari oleh maraknya peredaran produk kecantikan atau pemutih wajah yang mengandung bahan berbahaya dan belum teruji secara klinis. Meskipun produk-produk tersebut banyak diminati karena harga yang murah serta pengaruh lingkungan sekitar, penting untuk memastikan keamanan dan kehalalan produk yang digunakan. Edukasi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang cara memilih produk kecantikan yang aman dan sesuai dengan syariat Islam.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan sosialisasi oleh tim PKM mencakup beberapa topik penting, yaitu:

- Pengertian kesehatan kulit dan keunggulan penggunaan produk kecantikan yang aman;
- Risiko penggunaan produk kecantikan yang belum teruji klinis atau belum terdaftar di BPOM;
- Pentingnya memilih produk kecantikan yang memiliki sertifikasi halal.

Kegiatan ini diterima dengan baik oleh masyarakat, khususnya oleh para ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok Perwiridan Nurul Huda. Dalam sesi diskusi, beberapa peserta mengungkapkan bahwa selama ini mereka lebih memilih produk yang memberikan hasil instan, tanpa mempertimbangkan dampaknya dalam jangka panjang. Setelah mengikuti sosialisasi, mereka mulai menyadari pentingnya menjaga kesehatan kulit secara optimal yang mencakup aspek kebersihan, kesehatan, kelembapan, serta perlindungan dari bahan berbahaya.



(a)



(b)

Gambar 2. a) Pemaparan Materi 1, b) Pemaparan Materi dan Diskusi



Gambar 3. a) Sesi Tanya Jawab dan Diskusi, b) Pendampingan Pemilihan Produk



Gambar 4. a) Pendampingan Pemilihan Produk, b) Dokumentasi Bersama Mitra dan Tim PkM

Pentingnya penggunaan produk perawatan kulit berbahan dasar aman tidak hanya memberikan manfaat dari sisi kesehatan, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya umat Muslim, dalam memilih produk yang halal. Gambar 2a memperlihatkan suasana saat tim PkM menyampaikan materi edukasi terkait bahaya produk ilegal dan pentingnya memilih produk yang terdaftar di BPOM. Gambar 2b dan Gambar 3a mendokumentasikan sesi diskusi dan tanya jawab antara peserta dan pemateri, yang menunjukkan antusiasme peserta dalam menyampaikan pertanyaan seputar kosmetik halal dan keamanan produk. Sementara itu, Gambar 3b dan Gambar 4a menampilkan pendampingan langsung kepada peserta dalam mengidentifikasi label BPOM dan sertifikasi halal pada kemasan produk. Kegiatan diakhiri dengan dokumentasi bersama antara tim pelaksana dan mitra, seperti ditunjukkan pada Gambar 4b.

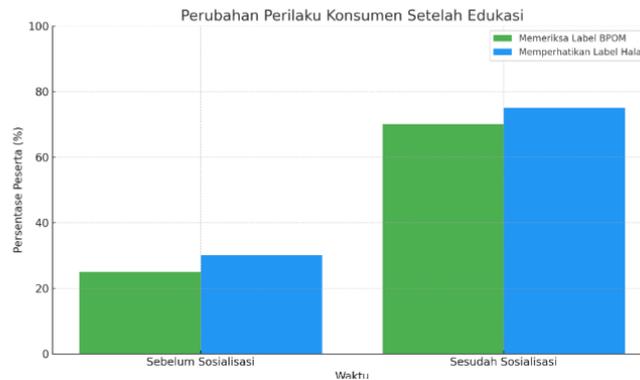
Sertifikasi halal merupakan aspek yang sangat krusial, karena menjamin bahwa suatu produk telah melewati proses pengujian dan sertifikasi yang sesuai dengan standar syariat Islam (Ernayani & Firman, 2024). Dengan memastikan kehalalan produk, konsumen dapat terhindar dari risiko bahan yang diragukan kehalalannya serta potensi bahaya yang mungkin ditimbulkan. Pemahaman ini diharapkan mampu mendorong masyarakat untuk lebih selektif dan bijak dalam memilih produk perawatan kulit, serta menunjukkan komitmen terhadap prinsip-prinsip keagamaan.

Secara naratif, terdapat perubahan positif dalam intensi peserta untuk memeriksa label BPOM dan sertifikat halal sebelum membeli produk. Meskipun belum dilakukan pengukuran kuantitatif secara menyeluruh, pengamatan selama kegiatan menunjukkan bahwa sekitar 70% peserta mulai mempertanyakan legalitas dan kehalalan produk yang mereka gunakan sehari-hari.

Jika dibandingkan dengan program edukasi label halal di Tasikmalaya oleh Yuliana et al. (2022), kegiatan ini menunjukkan capaian yang serupa, meskipun pada skala komunitas yang lebih kecil. Keunggulan kegiatan ini terletak pada pendekatan berbasis nilai-nilai keagamaan dalam komunitas perwiridan, yang memungkinkan penyampaian materi lebih mudah diterima

karena sejalan dengan keyakinan peserta. Hal ini menjadi keunikan kontekstual yang patut dipertimbangkan dalam pengembangan program edukasi serupa di komunitas berbasis keagamaan lainnya.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kesadaran peserta akan pentingnya penggunaan produk kecantikan yang halal dan aman. Langkah selanjutnya dapat diarahkan pada penguatan dampak melalui evaluasi berkelanjutan, serta memperluas jangkauan edukasi ke kelompok masyarakat lainnya.



Gambar 5. Diagram Perubahan Konsumen

Berikut adalah diagram batang yang menggambarkan perubahan perilaku peserta sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi:

- Persentase peserta yang memeriksa label BPOM meningkat dari 25% menjadi 70%.
- Persentase peserta yang memperhatikan label halal meningkat dari 30% menjadi 75%.

4. KESIMPULAN

Kegiatan edukasi tentang kosmetik halal dan BPOM bersama ibu-ibu Perwiridan Nurul Huda di Kecamatan Lubuk Pakam menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kesadaran konsumen. Skor rata-rata pengetahuan peserta meningkat dari 56,1 menjadi 81,3 setelah mengikuti kegiatan. Persentase peserta yang menyatakan akan memeriksa nomor registrasi BPOM sebelum membeli kosmetik meningkat dari 25% menjadi 70%, sedangkan peserta yang mulai memperhatikan label halal pada kemasan meningkat dari 30% menjadi 75%.

Sebagai tindak lanjut, direkomendasikan adanya pendampingan penggunaan aplikasi *Cek BPOM* agar peserta lebih terampil dalam memverifikasi legalitas produk secara mandiri. Selain itu, penyusunan leaflet edukatif tentang cara mengenali label halal dan nomor izin edar pada produk kosmetik perlu dilakukan agar pesan edukatif dapat tersebar lebih luas dan berkelanjutan di lingkungan komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- El-farobie, F., Muharir, & Setiawan, B. (2021). Pengaruh labelisasi halal produk skincare terhadap keputusan pembeli (studi kasus di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jimesha (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Indo Global Mandiri)*, 1(2), 115–124. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v1i2.94>
- Ernayani, R., & Firman. (2024). Transformasi industri halal: Keberlanjutan dan inovasi dalam perekonomian syariah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7 (1), 1011–1020. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1490>
- Hartanto, H., & Syafiina, C. W. M. (2021). Efektivitas Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Memiliki Izin Edar Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan Diy

- (Dalam Perspektif Hukum Pidana). *Jurnal Meta-Yuridis*, 4(1). <https://doi.org/10.26877/m-y.v4i1.6765>
- Japar, R., Paraikkasi, I., & Muthiadin, C. (2024). Peran Lembaga Sertifikasi Halal Dalam Membangun Ekosistem Halal: Tantangan Dan Peluang. *International Journal Mathla'Ul Anwar of Halal Issues*, 4(2), 34-44.
- Mairinda, A. (2021). Berkenalan dengan jaminan produk halal di Indonesia (Vol. 3, No. 2, Juli-Desember 2018, 204-216). *Guepedia*. <https://doi.org/10.30596/dll.v3i2.3151>
- Maulana, M. J. (2024). Perlindungan konsumen dalam e-commerce terkait kerugian. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(2), 265-275. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i2.569>
- Nawiyah, Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab pengaruhnya pertumbuhan pasar Indonesia terhadap produk skincare lokal pada tahun 2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1390-1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Nawiyah, Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023, Desember). Penyebab pengaruhnya pertumbuhan pasar Indonesia terhadap produk skincare lokal pada tahun 2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390-1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Putra, P. P. (2023). *Kehalalan produk makanan, kosmetik dan obat-obatan*. Jawa Tengah: Wawasan Ilmu.
- Qorib, F., Ermelinda, J., & Oktarina, R. A. (2023). Penggunaan busana sebagai bentuk ekspresi dan identitas mahasiswa di media sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 236-251. <https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2.386>
- Sawalni. (2025). Transparansi kehalalan produk makanan dan minuman dalam platform e-commerce: Telaah tafsir Al-Misbah terhadap aplikasi Shopee Food dan GoFood. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.15575/ejil.v3i1.1007>
- Sitompul, S. (2021). Pengaruh pengetahuan label halal dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian kosmetik melalui rekomendasi kelompok sebagai variabel moderating. *Jurnal*, 7(1), 51-64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>
- Suara.com. (2025, April 27). 7 rekomendasi produk make-up lokal BPOM murah dengan kualitas terbaik. <https://www.suara.com/lifestyle/2025/04/27/153623/7-rekomendasi-produk-make-up-lokal-bpom-murah-dengan-kualitas-terbaik>
- Sumber Online:
- Suyani, E., Zuliah, A., & Nurafiah, C. A. (2020). Sosialisasi pada orang tua tentang pentingnya produk halal melalui pendekatan komunikasi interaktif di Desa Kolam, Kec. Perc. Sei Tuan, Kab. Deli Serdang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 65-75. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v1i1.530>
- Syafitri, I., & Dewi, A. S. (2022). Analisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk skincare ilegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan (JURIPOL)*, 5(2), 124-133. <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i2.11697>
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.
- Wajdi, F., & Susanti, D. (2021). Kebijakan hukum produk halal di Indonesia. *Jakarta: Sinar Grafika*.
- Yuliana, A., Rahmiyani, I., Pebiansyah, A., & Resmawati Saleha, R. (2022). Sosialisasi dan edukasi penggunaan skincare berbahan alami untuk perawatan kulit wajah di PC Persistri Tawang Kota Tasikmalaya. *E-DIMAS; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i4.11576>

Halaman Ini Dikосongkan