

SKRIPSI

**RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK
HALAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA UIN JURAI
SIWO LAMPUNG**

Oleh :

**WULAN RISTIANI
NPM. 2102022007**



**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2026 M**

**RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK HALAL
TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA UIN JURAI SIWO LAMPUNG**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagian Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Oleh:

Wulan Ristiani
NPM. 2102022007

Dosen Pembimbing : Siti Mustaghfiroh, M.Phil.

Program Studi Hukum Ekonomi syariah
Fakultas Syariah

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2026 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.

Dean Fakultas Syariah

UIN Jurai Siwo Lampung

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang telah disusun oleh:

Nama : WULAN RISTIANI
NPM : 2102022007
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK
HALAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA (Studi Kasus
Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Syariah untuk dimunaqosyahkan.
Demikian harapan kami dan atas penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Metro, 23 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Siti Mustaghfiroh, M.Phil
NIP. 198908172019032013

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK
HALAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA (Studi Kasus
Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung)

Nama : WULAN RISTIANI
NPM : 2102022007
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Syariah UIN Jurai
Siwo Lampung.

Metro, 23 Februari 2026

Dosen Pembimbing



Siti Mustagfiroh, M.Phil
NIP. 198908172019032013



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki.Hajar Dewantara No. 118. Iringmulyo 15A Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 47297, Fax (0725) 47296 Website: www.uinjusila.ac.id
E-mail: humas@uinjusila.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0675/Un.36.2/D/PP.00.9/07/2026

Skrripsi dengan Judul : RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA. Disusun Oleh: WULAN RISTIANI. NPM. 2102022007, Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) yang telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung pada hari/tanggal : Kamis/ 26 Februari 2026.

TIM PENGUJI

Penguji I / Ketua	: Siti Mustaghfiroh, M.Phil	(.....)
Penguji II	: Firmansyah, M.H	(.....)
Penguji III	: Moelki Fahmi Ardliansyah, M.H	(.....)
Penguji IV	: Agus Salim Ferliadi, M.H	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah

Husnul Fatarib, Ph.D
NIP. 19740104 199903 1 004

ABSTRAK

RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA UIN JURAI SIWO LAMPUNG

Penelitian ini membahas relevansi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang produk kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung. Fenomena berkembangnya tren kecantikan dan penggunaan kosmetik di kalangan mahasiswa, yang dipengaruhi oleh media sosial dan budaya populer, menimbulkan tantangan tersendiri bagi penerapan nilai-nilai keislaman, khususnya terkait kehalalan produk. Sebagian besar mahasiswa cenderung lebih mengutamakan tren, efektivitas, dan harga dalam memilih produk kosmetik, sehingga aspek kehalalan sering kali menjadi pertimbangan sekunder, padahal MUI telah mengeluarkan fatwa sebagai pedoman keagamaan terkait kosmetik halal. Berdasarkan persoalan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan penerapan fatwa MUI tentang kosmetik halal serta menganalisis sejauh mana fatwa tersebut relevan dalam membentuk gaya hidup mahasiswa.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap mahasiswa dari beberapa fakultas di UIN Jurai Siwo Lampung yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif guna menggambarkan dan menjelaskan pemahaman serta penerapan fatwa MUI tentang kosmetik halal dalam gaya hidup mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap fatwa MUI tentang kosmetik halal masih beragam. Sebagian mahasiswa menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk kosmetik, sedangkan sebagian lainnya lebih mengutamakan faktor efektivitas, harga, dan tren, dengan kehalalan sebagai pertimbangan sekunder. Fatwa MUI dinilai relevan secara normatif dan moral, namun implementasinya dalam gaya hidup mahasiswa belum sepenuhnya optimal karena dipengaruhi oleh keterbatasan informasi, pengaruh media sosial, dan preferensi pribadi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fatwa MUI memiliki relevansi penting sebagai pedoman keagamaan, namun memerlukan penguatan sosialisasi dan edukasi agar dapat lebih efektif membentuk kesadaran hukum dan gaya hidup halal di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Fatwa MUI, Kosmetik Halal, Gaya Hidup Mahasiswa

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : WULAN RISTIANI
NPM : 2102022007
Program Studi : Syariah
Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2025
Yang Menyatakan,



WULAN RISTIANI
NPM. 2102022007

MOTTO

“Jika bukan karena Allah yang memampukan, aku mungkin sudah lama menyerah”

“Langkahku mungkin pelan, tapi setiap rupiahnya hasil perjuanganku sendiri.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan alhamdulillah dengan kerendahan penuh rasa syukur kepada Allah SWT sehingga memberi kekuatan dan kemudahan kepada peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini sebagai tanda cinta dan kasih dan hormatku Kepada:

1. Wulan Ristiani, diriku sendiri terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih tidak menyerah walaupun harus membiayai semuanya sendiri, kamu mungkin sering menangis diam-diam merasa capek sendirian, merasa takut tidak bisa menyelesaikan, tapi kamu tetap melangkah. Ini bukan hanya tentang gelar, ini tentang bukti bahwa kamu mampu dan bisa berdiri dikaki sendiri. Untuk semua doa kamu panjatkan dan usaha yang kamu bayar dengan keringat sendiri, hari ini kamu sampai di titik ini karena perjuanganmu sendiri.
2. Pamanku, yang bernama Hartopo yang telah dengan tulus mendukung dan membiayai kebutuhan kuliah saya hingga selesai, Terima kasih atas setiap doa, perhatian, dan pengorbanan yang telah paman berikan. Tanpa dukungan paman, saya tidak akan sampai pada titik ini.
3. Ayah dan ibu, Terimakasih atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang selalu diberikan. Semoga karya sederhana ini menjadin salah satu bentuk dan kebanggaan dan bukti perjuangan yang telah diberikan untuk saya.
4. Adik ku tercinta, Indri Ristiani terimakasih atas dukungan mu terimakasih sudah tumbuh jadi adik yang baik, tumbuh jadi anak hebat ya sukses selalu untukmu.
5. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada Ibu Siti Mustagfiroh, M.Phil selaku dosen pembimbing yang dengan sabar, tulus dan ikhlas meluangkan waktu dan pikiran unruk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran.
6. Bapak Ibu Dosen fakultas Syariah yang memberikan sumbangsih keilmuan Kepada saya
7. Kepada Agung Prayudha yang senantiasa mendengarkan keluh kesahku dan memberikan dukungan dalam setiap prosesnya. Terima kasih atas perhatian,

semangat, dan bantuan yang sering kamu berikan, bahkan dalam hal hal kecil yang sangat berarti bagiku. Semoga kebaikanmu selalu dibalas dengan kebahagiaan.

8. Almamater Tercinta UIN Jurai Siwo Lampung.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warohmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberika kesehatan jasmani maupun rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Relevansi Fatwa Mui Tentang Produk Kosmetik Halal Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung “. Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S1 Hukum Keluarga Islam Fakultas Syariah UIN Jurai Siwo Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Dalam upaya penyelesaian penelitian ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Ida Umami, M.Pd.,Kons, selaku Rektor UIN Jurai Siwo Lampung.
2. Bapak Husnul Fatarib, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Jurai Siwo Lampung.
3. Bapak Moelki Fahmi Ardliansyah, M.H sebagai Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Jurai Siwo Lampung
4. Ibu Siti Mustaghfiroh, M.Phil. sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingannya yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyusunan proposal ini.
5. Para Dosen UIN Jurai Siwo Lampung, yang telah memberikan ilmu dari dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa banysk kekurangan dalam penulisan skripsi ini maka peneliti mengharapan kritik dan saran yang positif untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan para pembacanya.

Wassalamu 'alaikum warohmatullahi wabarakatuh

Metro, 28 Mei 2026

Peneliti,



Wulan Ristiani
NPM. 2102022007

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Penelitian Relevan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Fatwa Mui Tentang Produk Kosmetik Halal	16
1. Relevansi Hukum (<i>Legal Relevance Theory</i>) Hubungan Antara Norma Fatwa Dengan Perilaku Sosial.....	16
2. Kesadaran Hukum (<i>Legal Awareness Theory</i>) Fatwa MUI Membentuk Kesadaran Hukum dan Moral Mahasiswa	18
3. Sertifikasi Halal Produk Kosmetik.....	20
4. Proses Labelisasi Halal.....	23
5. Indikator Label Halal.....	25
6. Fatwa MUI Tentang Produk Kosmetik	26

B. Gaya Hidup Mahasiswa	29
1. Pengertian Gaya Hidup Mahasiswa	29
2. Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa	31
3. Gaya Hidup Dalam Islam	33
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	36
B. Sumber Data.....	37
1. Sumber Data Primer	37
2. Sumber Data Sekunder	39
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Teknik Analisis Data.....	43
E. Metode Analisis Data.....	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Lokasi Penelitian	46
B. Pemahaman Dan Penerapan Fatwa MUI Tentang Kosmetik Halal Di Kalangan Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung.....	52
C. Relevansi Fatwa MUI Tentang Kosmetik Halal Terhadap Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung.....	62
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Relevan	11
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Fakultas dan Jenis Kelamin UIN Jurai Siwo Lampung.....	51
Tabel 4.2 Ringkasan Hasil Angket dan Wawancara Pendalaman 8 Mahasiswa tentang Pemahaman dan Penerapan Fatwa MUI Kosmetik Halal	55

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Surat Keterangan Bebas Pustaka
3. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
4. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
5. Foto-foto Penelitian
6. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan teknologi mempermudah akses manusia terhadap berbagai hal. Manusia rentan terpengaruh oleh berbagai iklan yang dapat dengan mudah ditemui. Pandangan yang dianut oleh sebagian besar individu cenderung lebih cepat beradaptasi dengan perkembangan zaman. Gaya hidup hedonis pada generasi muda di awal dewasa seringkali terlihat menjauhi esensi sejati dari konsep hedonisme itu sendiri. Mereka menganggap bahwa sikap hedonis tercermin dalam gaya hidup yang memberikan prioritas pada kesenangan dan kenikmatan materi, dengan keyakinan bahwa hidup hanya terjadi sekali dan harus dinikmati tanpa batas.

Saat ini, banyak individu, terutama anak muda yang sudah memasuki masa dewasa, mengadopsi gaya hidup hedonis. Hal ini menyebabkan sebagian dari mereka kehilangan sikap kritis, kurang progresif, bahkan ada yang kehilangan fokus dan arah dalam berbagai aspek kehidupan, serta kurang memiliki kepedulian sosial. Gaya hidup hedonis anak muda di awal dewasa menunjukkan bahwa perilaku mereka dalam kegiatan sehari-hari lebih berorientasi pada pencarian kesenangan dan kenikmatan materi, dengan keyakinan bahwa hidup hanya terjadi sekali dan harus dinikmati.¹

¹ Nova Nurrizka Wakhida, "Analisis Gaya Hidup Hedonisme Dan Karakter Peduli Sosial Di Kalangan Mahasiswa ,” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* Volume 6 Nomor 3 (2024).

Fenomena gaya hidup hedonis ini, yang mendorong konsumsi berlebihan termasuk produk kosmetik, kemudian berhadapan dengan realitas mayoritas penduduk Indonesia yang Muslim, di mana label halal adalah sebagai acuan simbol Islam untuk mengatur umatnya, sehingga tidak semua produk bisa mereka gunakan.

Kesadaran halal merupakan tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu terkait tentang konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk di dalamnya memahami apa itu halal, dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai standar halal dalam Islam. Kesadaran halal timbul dalam minat eksploratif, di mana semakin konsumen sadar akan pentingnya konsep halal, maka konsumen semakin mencari informasi mengenai produk tersebut, dan akan berdampak positif pada konsumen saat melakukan pembelian.

Sekarang ini di zaman yang sudah serba digital lebih mudah untuk mengakses informasi dari berbagai sumber hal ini sangat membantu mahasiswa untuk mengetahui berbagai hal termasuk dalam kosmetik. Dari berbagai review dari akun sosial media terdapat banyak variasi dan jenis-jenis kosmetik. Ada yang me-review kosmetik yang sedang viral, atau yang harganya sangat terjangkau murah dan sangat ampuh untuk merawat kulit wajah dari berbagai jenis.²

Salah satu lembaga yang memiliki otoritas dalam menetapkan kehalalan suatu produk adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sebelum sertifikasi halal dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)

² Vicky Mailani Widya A, "Analisis Kesadaran Hukum Mahasiswa Tentang Kosmetik Halal: Studi Kasus Di Iain Kudus," *Syariah: E-Proceeding Of Islamic Law* Vol.2 No.3 (2023).

berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, fatwa halal dari MUI memegang peranan sentral dalam menentukan kehalalan suatu produk, termasuk kosmetik. Hingga saat ini, fatwa MUI tetap menjadi rujukan penting dalam proses sertifikasi halal yang dikelola BPJPH.³

Salah satu contoh komoditi produk yang diberi label halal adalah produk kosmetik. Kosmetik merupakan barang yang sangat dibutuhkan wanita dalam kehidupan sehari-hari. Dalam pemilihan kosmetik biasanya wanita selalu memperhatikan kosmetik yang bagus dan kualitasnya. Pemberian label halal ini ternyata mampu mencuri dan mempengaruhi minat beli konsumen, terlebih mengenai label halal dalam kemasan produk. Para mahasiswa meyakini bahwa sertifikasi halal kosmetik memegang peranan yang sangat penting dan berpengaruh dalam melindungi konsumen dari bahan-bahan berbahaya yang tidak diperbolehkan menurut hukum Islam (haram).⁴

Berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 26 Tahun 2013, didefinisikan secara detail menetapkan standar kehalalan produk kosmetika haram jika mengandung bahan najis atau bahan haram seperti non-halal. Dalam konteks ekonomi Islam, kosmetik termasuk dalam kategori *tahsiniyat* atau kebutuhan sekunder yang berfungsi sebagai penyempurna kehidupan, bukan kebutuhan primer.⁵ Artinya, penggunaan kosmetik halal merupakan bentuk kepatuhan terhadap nilai syariah, bukan keharusan pokok

³ Nada Tauhida Zaharani, "Fatwa Mui Terhadap Preferensi Konsumen Pada Produk Kosmetik," *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis* Volume 2 No. 01 (2025).

⁴ Elisatun Khasanah, "Tinjauan Kehalalan Produk Kosmetika dalam Konteks Masailul Fiqhiyah di Era Modern," *Jurnal El-Thawalib* Volume 6. No. 1 (2025).

⁵ Al-Ghazali, *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Usul*, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.), jilid I (1997).

dalam ibadah. Namun demikian, karena kosmetik bersentuhan langsung dengan tubuh dan mempengaruhi sah tidaknya ibadah seperti wudhu dan salat, maka aspek kehalalan tetap menjadi penting bagi umat Muslim, khususnya mahasiswa Muslimah. Namun dijelaskan dalam Fatwa ini mengatur juga agar kosmetika tidak bersifat kedap air sehingga tidak menghalangi sahnya wudhu, dan sebagai bahan atau campuran bahan yang diaplikasikan pada tubuh untuk berbagai tujuan, meliputi membersihkan, menjaga, meningkatkan penampilan, atau merubah penampilan. Aplikasi kosmetika ini dilakukan melalui cara mengoles, menempel, memercik, atau menyemprot. Keberadaan dan penggunaan kosmetika dalam kehidupan seorang Muslim dikategorikan sebagai *Tahsinīyat*, yaitu salah satu kebutuhan syar'i yang bersifat penyempurna (*tertier*).

Tahsinīyat menempatkan kosmetika sebagai sarana untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik dan indah, namun ia berada di tingkat yang tidak sampai pada kebutuhan mendesak (*dlarurat*) ataupun kebutuhan penting yang menghilangkan kesulitan (*hajat*). Jika kebutuhan *Tahsinīyat* (seperti kosmetika) ini tidak dipenuhi, tidak akan mengancam eksistensi jiwa seseorang atau menimbulkan kecacatan, sehingga hukum asalnya adalah mubah (boleh), dengan catatan wajib memenuhi standar kehalalan bahan dan digunakan sesuai dengan etika serta adab berhias dalam syariat Islam..⁶

Berdasarkan hasil rapat Komisi Fatwa dengan pengurus harian dan lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama

⁶ "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaannya," Majelis Ulama Indonesia, 2013.

Indonesia (LPPOM-MUI) menetapkan fatwa hukum mengonsumsi Kosmetik adalah halal selama tidak menimbulkan bahaya bagi kesehatan orang yang mengkonsumsinya.⁷

Fenomena gaya hidup mahasiswa saat ini diwarnai oleh dinamika tren kecantikan dan penggunaan produk kosmetik yang masif. Pengaruh media sosial, *influencer*, dan budaya populer mendorong mereka untuk terus memperbarui penampilan, menciptakan tekanan untuk mengikuti produk yang sedang viral atau direkomendasikan. Di sisi lain, sebagai mahasiswa UIN Jurai Siwo Metro Lampung, berada dalam lingkungan pendidikan Islam yang menuntut kesadaran akan nilai-nilai agama, termasuk prinsip kehalalan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk produk kosmetik yang digunakan. Kesenjangan antara tuntutan gaya hidup modern dan prinsip-prinsip syariah inilah yang menjadi inti permasalahan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa-fatwa terkait kosmetik halal untuk memberikan panduan, namun sejauh mana fatwa tersebut benar-benar relevan dan diimplementasikan dalam praktik sehari-hari mahasiswa di lingkungan UIN Jurai Siwo Metro Lampung masih menjadi pertanyaan.

Berdasarkan hasil *prasurvey* yang dilakukan melalui observasi dan wawancara, ditemukan adanya keragaman dalam pemahaman dan sikap mahasiswa UIN Jurai Siwo Metro Lampung terkait fatwa MUI tentang

⁷ Muhammad Rasyid, *Monograf Fatwa-Fatwa Falakiyah Majelis Ulama Indonesia (Metode Penetapan Fatwa, Pengaruh Sosial Politik Dan Pertimbangan Sains)*, Cetakan Pertama (Dotplush Publisher, 2025), 60.

kosmetik halal dengan salah satu mahasiswi Siti Aisyah, mahasiswi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

“Kalau soal fatwa, saya tahunya sebatas ada logo halal dari MUI. Itu sudah jadi semacam "kode" kalau produknya aman. Tapi kalau isi fatwa detailnya, jujur saya kurang paham, apalagi yang spesifik kosmetik. Yang paling utama itu produknya cocok di kulit saya. Pernah kan beli produk yang lagi viral, eh ternyata nggak cocok sama sekali. Jadi, yang paling penting itu efektif, cocok, dan harganya terjangkau. Kalau ada logo halalnya, itu nilai plus, tapi bukan yang utama banget.”⁸

Siti Aisyah mengakui bahwa pengetahuannya tentang fatwa MUI sebatas pada logo halal yang tertera di kemasan. Baginya, prioritas utama dalam memilih produk adalah efektivitas dan harga, sementara status halal menjadi pertimbangan sekunder, terutama jika produk tersebut populer dan direkomendasikan oleh banyak orang di media sosial. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk mengikuti tren tanpa mendalami lebih jauh aspek keagamaan produk.

Kemudian, Berbeda halnya dengan Andita, mahasiswi dari Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan,

“Menurut saya, penting banget. Karena kita kan muslim, dan semua yang kita gunakan itu harus dipastikan halal. Apalagi kosmetik, ada yang nempel di wajah dan sering dipakai saat salat. Jadi, saya selalu cek logo halalnya sebelum membeli. Ada produk *skincare* dari luar negeri yang lagi ramai, saya sempat tergoda. Tapi setelah cari tahu, ternyata beberapa bahan-bahannya itu diragukan. Akhirnya saya putuskan untuk tidak pakai. Memang sih, kadang pilihan produk halal kurang banyak variannya, tapi buat saya itu lebih tenang.”⁹

Bagi Andita yang menjadikan kehalalan sebagai pertimbangan utama

⁸ Hasil Prasurvey Yang Dilakukan Pada 15 Agustus 2025, Dengan Siti Aisyah Mahasiswi Dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

⁹ Hasil Prasurvey Yang Dilakukan Pada 15 Agustus 2025, Dengan Andita Mahasiswi Dari Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

dalam setiap pembelian. Ia menyatakan bahwa meskipun godaan untuk mengikuti tren kosmetik populer sering muncul, ia selalu melakukan riset mandiri tentang bahan-bahan produk dan memeriksa situs LPPOM MUI sebelum membuat keputusan. Menurutnya, ketenangan batin karena menggunakan produk yang jelas halalnya jauh lebih penting.

Sementara itu, Andi seorang mahasiswa dari Fakultas FUAD,

“Walaupun saya laki-laki dan nggak pakai *make up* seperti perempuan, tapi saya peduli dengan produk perawatan diri seperti sabun, sampo, dan parfum. Bagi saya, fatwa halal itu penting untuk menjamin produk yang saya gunakan aman dan sesuai syariat. Kadang-kadang susah menemukan informasi tentang kehalalan produk-produk itu. Misalnya, parfum. Banyak yang mengandung alkohol, dan saya bingung apakah alkohol yang dipakai itu sama dengan yang diharamkan atau beda. Informasi yang beredar juga simpang siur. Ada yang bilang halal, ada yang bilang tidak. Jadi, saya biasanya cari yang jelas-jelas ada logo halalnya, supaya tidak ragu.”¹⁰

Andi mengungkapkan bahwa ia peduli dengan kehalalan produk perawatan diri sehari-hari seperti sabun dan parfum. Ia menyoroti tantangan dalam mencari informasi yang jelas, terutama mengenai status kehalalan alkohol dalam parfum, yang seringkali menimbulkan keraguan karena informasi yang simpang siur. Andi berharap agar informasi dan produk kosmetik halal menjadi lebih mudah diakses dan tersedia. Secara keseluruhan, hasil wawancara ini mengindikasikan bahwa meskipun ada kesadaran umum tentang pentingnya kosmetik halal, implementasi dan relevansinya dalam gaya hidup sehari-hari mahasiswa masih sangat bervariasi.

Berdasarkan hasil wawancara awal, dapat disimpulkan bahwa

¹⁰ Hasil Prasurvey Yang Dilakukan Pada 15 Agustus 2025, Dengan Andi Mahasiswa Dari Fakultas FUAD

permasalahan utama terletak pada kesenjangan antara pengetahuan dan implementasi fatwa kosmetik halal dalam gaya hidup mahasiswa. Meskipun secara umum mereka menyadari pentingnya label halal, pemahaman mendalam tentang fatwa itu sendiri masih sangat beragam. Mayoritas mahasiswa, cenderung memprioritaskan faktor-faktor praktis seperti efektivitas, harga, dan tren yang sedang viral di media sosial. Bagi mereka, label halal hanyalah jaminan tambahan, bukan penentu utama keputusan pembelian. Sebaliknya, adapun mahasiswa yang menunjukkan komitmen yang lebih kuat dengan menjadikan status halal sebagai filter utama, bahkan rela mengabaikan tren populer demi ketenangan batin.

Selain itu, permasalahan juga muncul dari kurangnya akses dan kejelasan informasi tentang produk halal, terutama untuk bahan-bahan tertentu seperti alkohol dalam parfum. Hal ini menyebabkan kebingungan dan keraguan, yang pada akhirnya bisa memengaruhi konsistensi mereka dalam memilih produk.

Namun, Meskipun Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang kosmetik halal telah diterbitkan dan berlaku, masih belum terlihat jelas sejauh mana fatwa tersebut memengaruhi dengan gaya hidup mahasiswa, khususnya dalam pemilihan dan penggunaan kosmetik. Dengan kata lain, telah terjadi penerbitan regulasi keagamaan, namun pemahaman mengenai implementasi dan dampaknya di tingkat penggunaan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda Muslim terpelajar, masih sangat terbatas dan memerlukan eksplorasi lebih lanjut.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di UIN Jurai Siwo Lampung

peneliti melakukan penelitian tentang sejauh mana pengetahuan mahasiswa terhadap Fatwa tersebut dan bagaimana pengetahuan itu diwujudkan dalam praktik pemilihan serta penggunaan produk kosmetik sehari-hari dan mengkaji relevansi Fatwa MUI tentang kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa, termasuk bagaimana aspek kehalalan memengaruhi keputusan pembelian, tren kosmetik, dan kebiasaan *self-care* dalam konteks gaya hidup mahasiswa.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti mengangkat judul penelitian, **“Relevansi Fatwa MUI Tentang Produk Kosmetik Halal Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pemahaman dan penerapan Fatwa MUI tentang kosmetik halal di kalangan Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung ?
2. Bagaimana relevansi fatwa MUI tentang kosmetik halal terhadap terhadap gaya hidup Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang arah penelitian yang akan ditempuh. Permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah sesuai dengan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pemahaman dan penerapan Fatwa MUI tentang kosmetik halal di kalangan mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung
2. Menjelaskan relevansi fatwa MUI tentang kosmetik halal terhadap terhadap gaya hidup Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Manfaat teoretis pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan atau landasan bagi penelitian yang selanjutnya, serta penelitian ini dapat menjadi sumber menambah keilmuan mahasiswa khususnya Jurusan Hesy mengenai fatwa MUI tentang produk kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan wawasan dan penerapan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sosial masyarakat. Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang berbagai kegiatan edukatif dan program peningkatan kesadaran akan pentingnya produk halal, baik di lingkungan akademik maupun masyarakat umum. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan konstruktif bagi lembaga-lembaga terkait dalam meningkatkan efektivitas sosialisasi dan implementasi prinsip-prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga diharapkan menjadi sumber referensi dan inspirasi bagi penelitian

selanjutnya yang berfokus pada hubungan antara fatwa, gaya hidup, dan kesadaran keagamaan di era modern.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan kajian yang dipersingkat terhadap penelitian terdahulu di tema yang berdekatan, yaitu menjelaskan posisi, memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji.¹¹ Sebelum penelitian, penulis telah mencari beberapa hasil penelitian yang memiliki keterkaitan pada satu variabel yang berguna untuk mencari gambaran penelitian agar menjadi valid dan dapat digunakan pada penyusun. Dibawah ini akan disajikan beberapa penelitian relevan yang telah lalu yang terkait diantaranya:

No	Nama Dan Judul Penelitian	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
1	Mega Lestari. "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Izin Edar BPOM Terhadap Minat Beli Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin". Skripsi : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022 ¹²	Pada jenis penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, angket dan dokumentasi	Pada penelitian Mega meneliti untuk mengukur minat beli konsumen terhadap kosmetik. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan untuk Untuk mengetahui pengaruh fatwa MUI tentang produk kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Jurai Siwo Metro Lampung

¹¹ Muannif Ridwan Dkk., "Pentingnya Penerapan Literature Review Pada Penelitian Ilmiah," *Jurnal Masohi* 2, No. 1 (2021): 42–51.

¹² Mega Lestari, "PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN IZIN EDAR BPOM TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN

No	Nama Dan Judul Penelitian	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
2	Maemunah, “Analisis penggunaan Label Halal Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membeli Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Media Sosial)”, Skripsi, Institut Ilmu Al-Qur’an (Iiq). : 2020. ¹³	Fokus penelitian yakni pada penggunaan Label Halal Fatwa MUI pada produk kosmetik	Penelitian ini berfokuskan kepada relevansi fatwa MUI tentang produk kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa . Sedangkan yang Maemunah lakukan berfokuskan kepada Minat Masyarakat Dalam Membeli Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Media Sosial).
3	Kalsum, “Urgensi Penggunaan Produk Kosmetik Halal Di Kalangan Mahasiswi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam”, Skripsi Program Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam.: 2019. ¹⁴	Sama-sama melakukan penelitian berbasis Penggunaan Produk Kosmetik Halal Di Kalangan Mahasiswi.	perbedaan penelitian yang diteliti oleh Kalsum dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah pada jenis penelitian. Peneliti Kalsum metode kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, yang diperoleh dari wawancara langsung kepada informan. Sedangkan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, angket dan dokumentasi.

BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR,” SKRIPSI : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022.

¹³ Maemunah, “Analisis penggunaan Label Halal Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membeli Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Media Sosial),” *Skripsi. Program Strata 1 (S1), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ)*, 2020.

¹⁴ Kalsum, ““Urgensi Penggunaan Produk Kosmetik Halal Di Kalangan Mahasiswi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,” *Skripsi. Program Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam.*, 2019.

No	Nama Dan Judul Penelitian	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
4	Andre Anastino. Pengaruh Gaya Hidup Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi FEBI Tahun 2016 UIN Raden Intan Lampung). ¹⁵	Keduanya sama-sama meneliti produk kosmetik halal dalam konteks perilaku konsumen Muslim dan keterkaitannya dengan gaya hidup serta prinsip syariah. Kemudian subjek penelitiannya Sama-sama meneliti mahasiswa UIN sebagai responden, yang diasumsikan memiliki tingkat kesadaran keagamaan dan rasionalitas konsumsi halal yang tinggi.	Perbedaan penelitian yang diteliti oleh Andre Anastino, menekankan pengaruh dua variabel kuantitatif yaitu <i>gaya hidup</i> dan <i>labelisasi halal</i> terhadap keputusan pembelian kosmetik. Serta Menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen berupa angket/kuesioner, dan hasilnya berupa pengaruh statistik antar variabel. Sedangkan metode yang digunakan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif, melalui wawancara dan observasi lapangan untuk memahami makna dan penerapan fatwa.
5	Sofhia Sofa, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Mahasiswa Febi Iain Metro”, Skripsi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2023. ¹⁶	Sama-sama melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan, bersifat deskriptif kuantitatif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer yang diperoleh dari Mahasiswa UIN Jurai	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sofhia Sofa dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Sofhia Sofa fokus penelitian pada Keputusan Pembelian Produk Skincare, sedangkan yang peneliti lakukan penelitian ini fokus

¹⁵ Andre Anastino, *PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*, 2016.

¹⁶ Sofhia Sofa, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Mahasiswa Febi Iain Metro,” Skripsi : Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro, 2023.

No	Nama Dan Judul Penelitian	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
		Siwo Metro	penelitian Relevansi Fatwa MUI Tentang Produk Kosmetik Halal terhadap gaya hidup mahasiswa.

Berdasarkan tabel perbandingan penelitian yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berfokus pada relevansi fatwa MUI tentang produk kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa . Walaupun terdapat kesamaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu sama-sama meneliti isu penggunaan produk kosmetik halal di kalangan mahasiswa, penelitian ini memiliki kekhasan. Penelitian-penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Mega Lestari (2022), Maemunah (2020), Kalsum (2019), Andre Anastino (2016), dan Sofhia Sofa (2023) pada umumnya meneliti hubungan antara labelisasi halal, gaya hidup, serta keputusan pembelian produk kosmetik dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Fokus penelitian-penelitian tersebut cenderung menitikberatkan pada aspek perilaku konsumen dan faktor ekonomi yang memengaruhi minat beli terhadap produk halal.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini menghadirkan pembaruan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berorientasi pada pemahaman makna dan relevansi normatif dari Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang produk kosmetik halal. Penelitian ini tidak hanya menilai label halal sebagai simbol ekonomi, melainkan menelaah peran fatwa sebagai norma hukum Islam yang memiliki kekuatan sosial dalam membentuk kesadaran hukum, moral, dan gaya hidup

mahasiswa Muslim di lingkungan akademik UIN Jurai Siwo Lampung.

BAB II

LANDASAN TEORI

Landasan teori merupakan ungkapan teori-teori yang dipilih untuk memberikan landasan yang kuat terhadap penelitian dan mempunyai relevansi yang erat dengan alternative penyelesaian masalah yang dipilih. Teori- teori yang diungkapkan disusun secara sistematis dengan teknik penulisan yang benar. Adapun landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

A. Fatwa Mui Tentang Produk Kosmetik Halal

1. Relevansi Hukum (*Legal Relevance Theory*) Hubungan Antara Norma Fatwa Dengan Perilaku Sosial

Pendekatan sosio-legal terhadap fatwa merupakan metode yang memperhatikan interaksi antara hukum agama dan dinamika sosial serta sistem hukum di suatu masyarakat. Fatwa, sebagai panduan hukum Islam yang memberikan respons terhadap permasalahan umat, tidak hanya dihasilkan berdasarkan teks-teks agama seperti Al-Quran dan Hadis, tetapi juga mempertimbangkan kondisi sosial dan hukum yang berlaku. Dalam kajian epistemologi hukum Islam di Indonesia, fatwafatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjadi contoh konkret bagaimana pendekatan sosio-legal diterapkan. Fatwa MUI seringkali merespons persoalan-persoalan yang timbul dari perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi.¹⁷

¹⁷ Syarif Firdaus and Muhksin Achmad, 'Studi Epistemologi Hukum Islam Dalam Konteks Fatwa Majelis Ulama Indonesia', 2015

Sementara itu, di Malaysia, fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh mufti di setiap negeri secara langsung mempertimbangkan prinsip Maqasid Syariah, terutama konsep masalah (kepentingan umum). Fatwa tidak hanya berfokus pada kepatuhan terhadap teks agama, tetapi juga pada bagaimana fatwa dapat mendatangkan manfaat dan menghindari kemudharatan bagi masyarakat. Prinsip ini diaplikasikan dalam berbagai isu kontemporer seperti fatwa tentang keuangan syariah, teknologi reproduksi, serta kebijakan keselamatan publik. Sebagai contoh, fatwa mengenai keharusan memakai helm atau sabuk pengaman merupakan hasil dari pendekatan masalah, yang mempertimbangkan aspek keselamatan publik.

Di Malaysia, fatwa yang dikeluarkan juga memiliki kekuatan hukum yang lebih formal, khususnya ketika sudah disahkan melalui institusi negara, dan dapat berdampak langsung ada peraturan-peraturan daerah. Oleh karena itu, pendekatan sosio-legal di Malaysia tidak hanya mengakomodasi kebutuhan hukum syariah, tetapi juga memastikan bahwa fatwa relevan dan dapat diterapkan dalam sistem hukum nasional.¹⁸

Dengan demikian, pendekatan sosio-legal terhadap fatwa di Indonesia dan Malaysia menunjukkan bahwa fatwa tidak hanya merupakan produk dari teks-teks agama, tetapi juga hasil dari interaksi antara hukum, norma sosial, dan kondisi kontemporer masyarakat.

¹⁸ Ahmad Akram Mahmad Robbi, Naimah Mohamad Nasir, and Irwan Mohd Subri, 'Pendekatan Masalah Dalam Pemfatwaan Di Malaysia: Kajian Terhadap Fatwa Terpilih', *Journal of Fatwa Management and Research*, 15.1 (2019)

Pendekatan ini memastikan bahwa fatwa tetap relevan dengan dinamika sosial yang terus berubah, sekaligus mempertahankan prinsip-prinsip dasar syariah. Hal ini mempertegas bahwa peran fatwa dalam masyarakat modern sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan sistem hukum yang berlaku, sehingga otoritas keagamaan perlu secara cermat mempertimbangkan kedua aspek tersebut dalam proses pematwaan.

2. Kesadaran Hukum (*Legal Awareness Theory*) Fatwa MUI

Membentuk Kesadaran Hukum dan Moral Mahasiswa

Teori Kesadaran Hukum (*Legal Awareness Theory*) merupakan kerangka konseptual yang sangat relevan untuk menganalisis sejauh mana Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) mampu membentuk kesadaran hukum dan moral di kalangan mahasiswa. Inti dari teori ini adalah mengukur bagaimana individu atau kelompok masyarakat mengetahui, memahami, menghargai, dan pada akhirnya mematuhi suatu norma atau aturan hukum. Dalam konteks Indonesia yang memiliki dualisme hukum (hukum positif negara dan hukum Islam/syariat), fatwa berfungsi sebagai hukum Islam praktis yang memuat doktrin keagamaan yang diharapkan ditaati oleh umat Muslim. Oleh karena itu, kesadaran hukum terhadap fatwa tidak hanya melibatkan aspek kognitif (mengetahui isinya), tetapi juga aspek afektif (sikap penerimaan) dan konatif (perilaku aktual berupa kepatuhan), yang keseluruhannya berperan dalam menentukan pilihan konsumsi dan gaya hidup halal.¹⁹

¹⁹ Ali, Z. Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika. 2009

Untuk menganalisis dampak Fatwa MUI, teori ini memecah kesadaran hukum menjadi empat dimensi utama, sebagaimana dikembangkan oleh Soerjono Soekanto:

- a. Pengetahuan Hukum (*Legal Knowledge*), yaitu seberapa jauh mahasiswa mengetahui adanya dan isi fatwa
- b. Pemahaman Hukum (*Legal Understanding*), yaitu seberapa jauh mahasiswa mengerti makna dan implikasi syariah dari fatwa tersebut
- c. Sikap Hukum (*Legal Attitude*), yang mengukur apakah mahasiswa memiliki keinginan, penerimaan, dan dukungan terhadap fatwa (aspek moral dan internalisasi nilai)
- d. Pola Perilaku Hukum (*Legal Behavior*), yang tercermin dari tindakan nyata mereka dalam menggunakan produk kosmetik yang telah bersertifikat halal. Fatwa MUI, sebagai norma keagamaan yang diterbitkan otoritas ulama, secara unik berinteraksi dengan kesadaran moral keagamaan.²⁰

Ketika mahasiswa memiliki kesadaran hukum yang tinggi, mereka cenderung melihat fatwa bukan sekadar aturan, tetapi sebagai panduan moral yang wajib ditaati sebagai bagian dari keimanan. Penerapan teori ini dalam penelitian mahasiswa membantu mengidentifikasi potensi gap antara pengetahuan teoretis (tahu ada Fatwa) dengan praktik sehari-hari (penerapan). Fatwa MUI berfungsi sebagai instrumen sosialisasi dan

²⁰ Soekanto, Soerjono. (1982). *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali Press. 1982

edukasi hukum Islam, yang bertujuan menginternalisasi nilai-nilai kehalalan pada diri mahasiswa.²¹

Dengan mengukur keempat dimensi kesadaran hukum ini, peneliti dapat menentukan efektivitas fatwa dalam membentuk kesadaran moral untuk menghindari produk haram atau syubhat (meragukan), sehingga fatwa tidak hanya menjadi regulasi formal, tetapi juga faktor penggerak yang kuat dalam pembentukan identitas dan perilaku konsumsi yang Islami.

3. Sertifikasi Halal Produk Kosmetik

Menurut Riaz sertifikat halal di artikan menjadi dokumen yang di keluarkan suatu lembaga Islam yang menerangkan bila produk yang tercantum di dalamnya sesuai standar Islam. Agar dapat mengkonsumsi sebuah produk makanan tanpa kekhawatiran, sertifikat halal dijadikan sebagai sebuah jaminan keamanan.²² Menurut Aziz & Vui, menyatakan bahwa sertifikat halal sebagai bentuk pengakuan resmi terhadap proses persiapan, pemotongan, penanganan, dan praktik pengelolaan produk yang teratur oleh lembaga yang menanganinya. Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis yang di terbitkan oleh MUI untuk produk yang telah di nyatakan halal setelah melalui proses pendaftaran, audit dan rapat Komisi Fatwa MUI.²³

²¹ Shofawati, R. A. Pengaruh Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia terhadap Pilihan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 1-18. 2013

²² Sheilla Chairunnisyah, "Peran Majelis Ulama Indonesia dalam menerbitkan sertifikat halal pada produk makanan dan kosmetika," *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2017).

²³ Dwi Putri Pratiwi dan Adrial Falahi, "Pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal

Masa berlaku sertifikat halal yaitu 2 tahun. Hal ini dilakukan dalam rangka menjaga konsistensi produksi produsen dalam masa berlakunya sertifikat. Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syari'at Islam, yaitu tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai ingredient yang sengaja ditambahkan.

Sertifikat halal merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan ataupun kosmetik yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Produk kosmetik yang memiliki sertifikat halal adalah produk yang didalam proses pengolahannya memenuhi standar dalam keamanan dan kebersihannya.²⁴

Menurut Triana, ada beberapa Indikator sertifikat halal yaitu:

a. Pentingnya logo halal

Terdapatnya logo halal pada kemasan produk membuat konsumen muslim merasa aman dengan produk yang dibeli dan merasa ada jaminan kualitas mutu dari produk tersebut.

b. Memilih produk berdasarkan logo halal

Konsumen muslim sangat memperhatikan keberadaan logo halal saat

terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 10, no. 1 (2023): 1–13.

²⁴ Syayyidati Farichah dan Ach Yasin, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 3 (2024): 2966–80.

membeli produk makanan atau minuman. Oleh karena itu, mereka selalu memilih produk berdasarkan logo halal yang tercantum dikemasan produk tersebut.

- c. Mengetahui beberapa produk mendapat sertifikat dari negara lain
Sertifikat dari negara lain merupakan hal yang penting yang wajib diketahui bagi konsumen muslim. Karena dengan adanya sertifikasi halal dapat memberikan kepastian dan rasa aman bagi konsumen.
- d. Hati-hati dalam memilih produk
Konsumen harus teliti dan kritis dalam memilih produk-produk yang dibeli seperti halnya harus melihat terlebih dahulu logo halalnya dan bahan-bahan yang digunakan.²⁵

Menurut Alfaini & Suprpti, sertifikat halal merupakan suatu bukti halal pada produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) atas dasar fatwa halal MUI yang dikeluarkan secara tertulis. Tujuan adanya sertifikat halal yaitu untuk memperoleh pengakuan kehalalan produk secara formal. Artinya produk tersebut telah memenuhi persyaratan dan ketentuan halal, serta aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Kegiatan sertifikat halal akan menghasilkan sertifikat halal dan dibuktikan dengan terbitnya sertifikat halal. Lalu, untuk memudahkan konsumen dalam melihat sertifikat halal tersebut, maka dilakukan pencantuman label halal pada kemasan produk kosmetik.²⁶

²⁵ Dea Amelia dkk., "Halal Branding Membangun Kepercayaan Melalui Sertifikasi Halal," *Litera Inti Aksara*, 2025.

²⁶ Khairuddin Khairuddin dan Muhammad Zaki, "PROGRES SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA Studi pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa tertulis Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM), yang menyatakan produk halal dalam bentuk sertifikat dan berlabel halal, selain itu Peraturan Pemerintah dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 Tentang jaminan Produk Halal, ini semua untuk melindungi konsumen muslim di Indonesia. Fenomena sosial yang terjadi dilapangan sangat jauh berbeda dengan apa yang diharapkan oleh MUI dalam mengeluarkan sertifikat halal, oleh karena itu dengan dikeluarkannya sertifikat halal oleh MUI, agar dapat memberikan kepastian jaminan halal kepada konsumen dan produk yang akan dipasarkan nantinya sudah teruji dengan baik serta melindungi konsumen dari makanan yang mengandung zat berbahaya bagi kesehatan.

Sertifikat halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat membeli dan membeli ulang/kembali suatu produk. Label halal menjadi instrumen yang sangat penting karena memberikan keyakinan terhadap konsumen untuk pengambilan keputusan. Label halal menjadi sebuah bentuk promosi untuk menarik konsumen, baik muslim maupun non muslim.²⁷

4. Proses Labelisasi Halal

Setiap perusahaan yang telah mencantumkan label halal pada setiap kemasan produknya harus telah memiliki sertifikat halal dari

Agama dan Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI Pusat,” *Asas: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2021): 101–21.

²⁷ Farichah dan Yasin, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya.”

LPPOM MUI. Namun sebelum sertifikat halal diberikan kepada perusahaan, ada beberapa proses yang harus dilalui agar sertifikat halal dapat diberikan. Berikut ini adalah tahapan yang dilewati perusahaan yang akan mendaftar proses sertifikasi halal :

- a. Memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan SJH (Sistem Jaminan Halal) yang diadakan LPPOM MUI.
- b. Menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH), antara lain: penetapan kebijakan halal, penetapan Tim Manajemen Halal, pembuatan Manual SJH, pelaksanaan pelatihan, penyiapan prosedur terkait SJH, pelaksanaan internal audit dan kaji ulang manajemen.
- c. Menyiapkan dokumen sertifikasi halal, antara lain: daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, daftar penyembelih (khusus RPH), matriks produk, Manual SJH, diagram alir proses, fasilitas produksi, bukti sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatihan internal dan bukti audit internal.
- d. Melakukan pendaftaran sertifikasi halal (upload data) secara online di sistem Cerol (*Certification Online*) melalui website www.elppommui.org.
- e. Melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi
- f. Pelaksanaan audit. Audit dapat dilaksanakan apabila perusahaan sudah lolos pre audit dan akad sudah disetujui. Audit dilaksanakan di semua fasilitas yang berkaitan dengan produk yang disertifikasi.

- g. Melakukan monitoring pasca audit. Monitoring pasca audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil audit, dan jika terdapat ketidaksesuaian agar dilakukan perbaikan.
- h. Memperoleh Sertifikat halal. Perusahaan dapat mengunduh Sertifikat halal dalam bentuk softcopy di Cerol. Sertifikat halal yang asli dapat diambil di kantor LPPOM MUI Jakarta dan dapat juga dikirim ke alamat perusahaan.²⁸

5. Indikator Label Halal

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, indikator label halal adalah:

- a. Gambar Merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb.) dibuat dengan coretan alat tulis.
- b. Tulisan Merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi Gambar dan Tulisan Merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
- d. Menempel pada Kemasan Dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat, (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).²⁹

²⁸ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 2 (2018).

²⁹ Dwi Sukristiani, "Pengetahuan Tentang Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Dan Riasan Pada Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang," *Padang*, 2016.

6. Fatwa MUI Tentang Produk Kosmetik

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Oleh karena itu produk tidak hanya berupa barang saja, tetapi bisa juga berupa pelayanan, orang, tempat, organisasi atau ide-ide. Menurut Kotler & Armstrong produk adalah mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi panca indera). Dalam arti luas produk dapat berupa objek fisik, jasa (tidak terdeteksi panca indera), orang, tempat, organisasi ide, atau bauran entitas-entitas. Selanjutnya menurut Kotler & Armstrong produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar.³⁰

Kosmetik berarti alat-alat kecantikan seperti bedak, krem, lotion, dan lain-lain untuk memperindah wajah, kulit dan sebagainya. Pengguna kosmetik adalah para wanita dan remaja putri. Sedangkan definisi kosmetik secara umum meliputi apa yang disebut kosmetik dan quasi-drugs (produk setengah obat) dalam *The Pharmaceutical Affairs Law*. Definisi lain dari kosmetik adalah zat kimia, baik dari tanaman maupun laboratorium yang ditaruh dikulit atau rambut.

Di dalam memilih kosmetik yang baik dalam hal ini cocok dengan pemakai, diantaranya mempunyai ciri-ciri khusus, yaitu kosmetik harus memiliki keamanan yang cukup yaitu tidak menggunakan bahan terlarang seperti Hydrargerum, disamping itu kosmetik harus memiliki mutu dengan

³⁰ SOFA, "PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO."

produksi yang baik dan hanya menggunakan bahandengan spesifikasi yang sesuai dengan kosmetik.³¹

Pemerintah Indonesia mewajibkan sertifikasi halal bagi produk-produk yang beredar di pasaran, termasuk kosmetik, melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki peran sentral dalam proses ini, khususnya melalui penerbitan fatwa kehalalan. Fatwa MUI menjadi landasan teologis dan pedoman utama bagi industri kosmetik di Indonesia. Salah satu fatwa penting adalah Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya yang menjadi acuan utama. Fatwa ini tidak hanya mengatur bahan baku, tetapi juga proses produksi, penyimpanan, hingga penggunaan produk.³²

Tujuannya adalah untuk memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk kosmetik yang mereka gunakan benar-benar suci dan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan dalam Islam, seperti bahan yang berasal dari babi atau organ tubuh manusia.

Berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaannya bahwa perkembangan teknologi telah mampu menghasilkan berbagai produk kosmetika yang menggunakan berbagai jenis bahan, serta memiliki fungsi yang beragam, yang seringkali bahannya tidak jelas apakah suci

³¹ Wifka Rahma Syauki, "Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran," *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4, no. 2 (2020).

³² Amelia dkk., "Halal Branding Membangun Kepercayaan Melalui Sertifikasi Halal."

atau tidak Kosmetika adalah bahan atau campuran bahan yang digunakan untuk membersihkan, menjaga, meningkatkan penampilan, merubah penampilan, digunakan dengan cara mengoles, menempel, memercik, atau menyemprot.³³

LPPOM MUI tidak melakukan sertifikasi halal terhadap produk kosmetika yang menggunakan bahan yang tidak jelas kehalalan dan kesuciannya, sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya. Proses sertifikasi halal kosmetik melalui MUI melibatkan serangkaian tahapan yang ketat. Perusahaan harus mengajukan permohonan sertifikasi kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang kemudian akan dilanjutkan dengan pemeriksaan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), seperti Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) MUI. Audit ini mencakup penelusuran seluruh bahan baku, memeriksa alur produksi, hingga memastikan tidak ada kontaminasi silang dengan bahan non-halal. Hasil audit kemudian diserahkan kepada Komisi Fatwa MUI untuk sidang penetapan. Setelah dipastikan memenuhi semua standar kehalalan, barulah fatwa kehalalan diterbitkan, yang kemudian menjadi dasar bagi BPJPH untuk mengeluarkan sertifikat halal. Proses ini menunjukkan komitmen MUI dalam melindungi hak konsumen Muslim untuk menggunakan produk yang sesuai dengan keyakinan.³⁴

³³ R. Adawiyah, "Analisis Implementasi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika," *Jurnal Hukum Islam* 15(2) (2017).

³⁴ Pramana, "Peran Sertifikasi Halal MUI dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Kosmetik," *Jurnal Ekonomi Syariah* 7(1) (2019).

B. Gaya Hidup Mahasiswa

1. Pengertian Gaya Hidup Mahasiswa

Gaya hidup atau *life style* mempengaruhi perilaku dan pilihan konsumsi seseorang. Seseorang akan cenderung memilih produk, jasa, atau aktivitas tertentu karena hal tersebut diasosiasikan dengan gaya hidup tertentu. Menurut Hawkins, gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli.³⁵

Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Gaya hidup diasumsikan merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga di sebut modernitas, maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lainnya. Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya. Sementara itu, gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok.³⁶

Gaya hidup adalah suatu perpaduan antara kebudayaan ekspresi diri dan harapan terhadap seseorang dalam bertindak yang berdasarkan

³⁵ Rizka Aliza Sari, "GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TADULAKO," *ANTRO: Antropologi Tadulako Research Journal* Vol. 1, No. 1 (2024).

³⁶ Lira Aisafitri, "SINDROM FEAR OF MISSING OUT SEBAGAI GAYA HIDUP GENERASI MILENIAL DI KOTA DEPOK," *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK)* Vol. 2 No. 4 (2020).

pada norma-norma yang berlaku. Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri agar sesuai dengan cara-cara seperti apa seseorang ingin dipersepsikan sehingga dapat diterima oleh kelompok sosial dengan pola-pola perilaku tertentu.³⁷

Konsep tentang generasi sudah cukup lama menjadi topik pembahasan menurut Mannheim, generasi adalah kelompok individu yang memiliki kesamaan dalam rentang usia dan pengalaman dalam mengikuti sebuah atau berbagai peristiwa sejarah penting dalam suatu periode waktu yang sama. Menurut Strauss dan Howe, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi sebuah generasi, antara lain :

- a. *Perceived membership* Persepsi individu terhadap sebuah kelompok dimana mereka tergabung didalamnya, khususnya pada masa –masa remaja sampai dengan masa dewasa muda.
- b. *Common belief and behaviors* Sikap terhadap keluarga, karir, kehidupan personal, politik, agama dan pilihan –pilihan yang diambil terkait dengan pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, kejahatan.
- c. *Common location in history* Perubahan pandangan politik, kejadian yang bersejarah, contohnya seperti: perang, bencana alam, yang terjadi pada masa –masa remaja sampai dengan dewasa muda.³⁸

³⁷ Nurul Hikmawati, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Generasi Milenial,” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 4 Nomor 3 (2024).

³⁸ M. Sugeng Sholehuddin, *struktur sosial dan prestasi akademik generasi millenial di PTKIN Jawa Tengah*, Cetakan Pertama (PT Nasya Expanding Management, 2018), 5.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa, gaya hidup mahasiswa adalah perpaduan unik antara ketergantungan pada teknologi, fleksibilitas dalam belajar dan bersosialisasi, serta orientasi pada pengalaman dan pengembangan diri. Mereka adalah generasi yang aktif, kreatif, dan tidak takut untuk mendobrak batasan demi mencapai tujuan mereka.

2. Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa

Adler dalam Didit Setiawan menjelaskan “bahwa gaya hidup merupakan sesuatu yang unik bagi setiap orang yang telah berjuang untuk mencapai tujuan yang khusus bahkan di dalam kehidupan telah ditentukan orang-orang yang tertentu di mana pun dia berada. Namun semua orang berhak untuk mengembangkan keperibadian sesuai dengan gaya hidup atau keinginannya sendiri. Maka setiap orang memiliki tujuan, perasaan inferior, berjuang menjadi superior serta dapat mewarnai atau tidak mewarnai usaha superiornya dengan minat sosial, maka setiap orang itu memiliki gaya hidup yang berbeda-beda.”³⁹

David Chaney, dalam bukunya yang berjudul “Lifestyle” menjelaskan gaya hidup dalam berbagai bentuk, namun masihlah saling berkaitan. Gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern adalah bentuk khusus pengelompokan status modern.⁴⁰ Gaya hidup bisa diartikan sebagai tata cara yang dijalani orang dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Banyak para ahli yang memberikan

³⁹ euis Eka Pramiasih, *Perilaku Konsumen di Era Digital*, Cetakan I (Deepublish Digital, 2019), 60.

⁴⁰ David Chaney, *Lifestyles Sebuah Pengantar Komprehensif*, Cetakan Pertama (Jalasutra, 1996), 41.

pengertian tentang penjelasan gaya hidup. Misalnya, ia menjelaskan bahwa, “Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya”. Gambaran keseluruhan diri tersebut merupakan perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku.⁴¹

Weber dalam Rahma Sugihartati mengemukakan bahwa suatu persamaan status dinyatakan melalui persamaan gaya hidup. Dibandung pergaulan gaya hidup ini dapat berwujud pembatasan terhadap pergaulan erat dengan orang yang statusnya lebih rendah. Gaya hidup merupakan suatu produk yang dihasilkan akibat kemajuan dalam berbagai bidang melalui daya cipta, rasa dan karsa manusia. Gaya hidup dapat dipahami sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasatmata, yang menandai sistem nilai, serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya.⁴²

Berdasarkan rumusan pengertian dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah suatu cara hidup yang didasarkan atas pola perilaku yang mudah dikenali berkaitan dengan bagaimana orang hidup, bagaimana individu membelanjakan uangnya dan bagaimana individu mengalokasikan waktunya untuk mencapai tujuan khusus yang telah ditentukan orang itu dalam kehidupan tertentu dimana dia berada.

⁴¹ Diah Widiyanti, “PENGARUH SELF-ACTUALIZATION DAN GAYA HIDUP HANGOUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI KEKINIAN PADA GENERASI MILENIAL SURABAYA,” *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 15, No. 1 (2021).

⁴² Rahmah Sugihartati, *Membaca, Gaya Hidup dan Remaja Kapitalisme* (Graha Ilmu, 2016), 16.

Intinya, gaya hidup adalah bagaimana seseorang tersebut ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk image di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya.

3. Gaya Hidup Dalam Pandangan Islam

Dalam proses kehidupan, setiap manusia pasti menginginkan dua hal untuk mewujudkan kehidupan yang mendekati kata sempurna, walaupun pada kenyataannya tidak ada yang sempurna di dunia ini kecuali Allah SWT. Namun setidaknya jika dua hal tersebut terpenuhi dalam setiap perjalanan hidup, jelas akan membuat manusia merasakan ketentraman lahir dan batin. Dalam dua hal tersebut adalah sebagai kebaikan yang disebut al-khair, dan juga kebahagiaan atau as-sa'adah. Dua hal tersebutlah yang harus dipenuhi oleh manusia yang menginginkan kehidupan yang luar biasa sejahtera. Bahkan setiap orang memiliki cara yang berbeda ketika memahami hakikat keduanya. Lantas, dari perbedaan cara pandang yang akhirnya menjadi perbedaan persepsi itu memunculkan beragam cara hidup atau yang lebih populer disebut sebagai perbedaan gaya hidup. Dalam Ayat Al-Qur'an: Surah Al-Baqarah: 148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا فَاسْتَبِقُوا الْحَيَاتِ أَئِنَّ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah

*akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu". (QS. Al-Baqarah : 148).*⁴³

Tiap tiap umat ada kiblatnya masing masing yang dijadikan arah untuk ibadah pada zamanya. Umat Islam menhadapkan wajahnya dalam beribadah menuju ke arah Masjidil Haram yang di dalamnya ada bangunan Kakbah. Umat nabi Ibrahim dan Ismail juga menghadap ke arah Kakbah sedangkan umat Bani Izrail dan umat Nasrani menghadap ke arah Baitul Maqdis. Allah swt memberikan ketentuan bagi setiap umat manusia dalam beribadah kepadaNya dengan menunjukkan rah kiblat yang sudah di tentukan. Manusia yang taat dan patuh terhadap apa yang diperintahkan Allah tentu akan melaksanakan dengan penuh taqwa, sedangkan orang yang ingkar akan mencari dan membuat arah kiblat sendiri sesuai dengan keinginanya.⁴⁴

Allah swt akan dapat menilai dan melihat hamba hambanya yang patuh dan taat, dapat pula melihat hambanya yang melanggar serta meninggalkan perintahnya. Manusia yang senantiasa berbuat baik dan taat pastilah Allah akan membalasanya dengan pahala berupa Syurga, Sedangkan manusia yang lalai dan meninggalkan perintah Allah maka tempatnya adalah di Neraka yang apinya senantiasa menyala nyala. Dalam Al-Qur'an QS. An Nahl : 30

وَقِيلَ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا مَاذَا أَنْزَلَ رَبُّكُمْ قَالُوا خَيْرًا لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا فِي هَذِهِ الدُّنْيَا

⁴³ B. Anoraga J., "Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung Galaxy," *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 6(2) (2018).

⁴⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Ghalia Indonesia, 2011), 11–12.

حَسَنَةٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ وَلَنِعْمَ دَارُ الْمُتَّقِينَ ﴿٣٠﴾

Artinya: “Dan dikatakan kepada orang-orang yang bertakwa: "Apakah yang telah diturunkan oleh Tuhanmu?" Mereka menjawab: "(Allah telah menurunkan) kebaikan". Orang-orang yang berbuat baik di dunia ini mendapat (pembalasan) yang baik. Dan sesungguhnya kampung akhirat adalah lebih baik dan itulah sebaik-baik tempat bagi orang yang bertakwa” (QS. An-Nahl : 30)

Bagi umat muslim, gaya hidup setiap individu telah diatur oleh Allah dan Rasul-Nya melalui al-Qur'an dan sunnah. Keduanya adalah penuntun yang paling tepat untuk menuju ke arah jalan yang lebih lurus. Namun, perkembangan zaman seperti ini telah mengubah sebagian besar kaum muslim dalam memahami tuntunan dalam menjalani hidup. Saat ini sebagian besar orang memang bergaya hedonisme, suka berfoya-foya dan hanya memikirkan kepentingan duniawi saja. Gaya hidup islami juga melarang seseorang untuk bersikap berlebihan, sebab hal tersebut hanya akan merugikan diri sendiri dari orang-orang disekitarnya.⁴⁵

⁴⁵ Y. Yulianti, “Gaya Hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi,” *Jurnal Agrisep* 17(1) (2018).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang diambil dalam penelitian ini secara Penelitian Lapangan yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau langsung ketempat penelitian. Penelitian lapangan adalah penelitian kualitatif dimana peneliti harus mengamati dan berpartisipasi secara langsung dalam penelitian skala social kecil dan mengamati budaya setempat.⁴⁶ Dalam artian penelitian lapangan merupakan penelitian langsung dengan berinteraksi kepada objek yang diteliti sehingga kan mendapatkan sumber data yang pasti dan akurat.

Pada penelitian ini, peneliti menentukan lokasi penelitian di UIN Jurai Siwo Lampung. Karena Mahasiswa di UIN (Universitas Islam Negeri) merupakan subjek penelitian yang sangat relevan dan ideal. Sebagai institusi yang mengintegrasikan ilmu agama dan ilmu umum, mahasiswa UIN diasumsikan memiliki tingkat literasi agama dan kesadaran halal yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dari perguruan tinggi umum. Lokasi ini memungkinkan peneliti untuk menguji secara maksimal apakah Fatwa MUI memiliki relevansi terkuat dan membentuk kesadaran moral pada kelompok yang secara normatif seharusnya paling patuh.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menampilkan hasil data sesuai apa adanya

⁴⁶ Fadlun Maros-Julian Elitear And Ardi Tambunan-Ernawati Koto, “Penelitian Lapangan (Field Research),2016.

tanpa ada manipulasi data. Deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menghasilkan gambaran secara akurat dan sistematis mengenai fakta-fakta yang diamati di lapangan.⁴⁷ Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena peneliti menganggap bahwa permasalahan yang diteliti kompleks, dinamis, dan penuh makna sehingga tidak mungkin data pada situasi sosial tersebut dapat dijangkau dengan metode penelitian kuantitatif. Selain itu peneliti bermaksud memahami situasi sosial yang ada secara mendalam.

B. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bahan yang telah didapatkan dan dicatat peneliti berupa fakta yang nantinya digunakan untuk menyusun sebuah informasi. Data diartikan sebagai suatu informasi yang diperoleh lewat pengukuran-pengukuran tertentu yang kemudian digunakan untuk acuan atau pedoman dalam menyusun argumen logis menjadi fakta.⁴⁸

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam kegiatan ini ada dua sumber data yang digunakan untuk mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan subjek. Pengumpulan sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Sumber data primer merupakan responden dan informan. Sumber data primer merupakan orang yang memberikan informasi pokok dalam sebuah penelitian, dengan kata lain sumber data yang langsung memberikan

⁴⁷Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya, 2006), 6.

⁴⁸Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Rineka Cipta, 2011), 104.

informasi pada pengumpul data.⁴⁹ Responden adalah sumber data keragaman tentang gejala-gejala yang berkaitan dengan perasaan, kebiasaan, sikap, persepsi dan motif. Sedangkan informan merupakan sumber data yang berhubungan dengan pihak ketiga.⁵⁰

Sumber data primer dari penelitian ini adalah mahasiswa UIN Jurai Siwo Metro yang berjumlah 12 orang yang diambil dari masing-masing fakultas yang ada di UIN Jurai Siwo Metro yakni, FTIK, FEBY, FUAD dan Syariah. Sumber data primer dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Pemilihan sejumlah 12 mahasiswa ini didasarkan pada kriteria dan tujuan tertentu untuk mendapatkan informan yang paling representatif dan relevan dengan fokus masalah. Kriteria yang ditetapkan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Mahasiswa aktif di UIN Jurai Siwo Lampung (Metro) dari Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD), dan Fakultas Syariah
- b. Pengguna aktif produk kosmetik yang telah atau sering menggunakan produk kosmetik dalam kegiatan sehari-hari, terlepas dari apakah produk tersebut bersertifikat halal atau belum.

⁴⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D* (Bandung: Rosdakary, 2009), 137.

⁵⁰ Ivanovich Agusta, "Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif," *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor* 27, no. 10 (2003).

2. Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada.⁵¹ Data sekunder diperoleh dari pihak kedua, yang artinya sumber didapatkan melalui perantara, tidak secara langsung dari sumber utama atau pokok. Seperti buku, catatan, arsip dan lain-lain. Sumber data ini sering digunakan sebagai data pendukung atau penunjang.

Data sekunder pada penelitian ini dapat diperoleh dari staff UIN Jurai Siwo Metro serta buku yang berkaitan dengan kegiatan penelitian dan dokumen UIN Jurai Siwo Metro yang dapat memberikan gambaran tentang lokasi penelitian. Serta dari buku dari:

- a. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaannya,” Majelis Ulama Indonesia, 2013
- b. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor : 11 Tahun 2018 Tentang Produk Kosmetika Yang Mengandung Alkohol/Etanol
- c. Dea Amelia Dkk., “Halal Branding Membangun Kepercayaan Melalui Sertifikasi Halal,” Litera Inti Aksara, 2025.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang benar dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan

⁵¹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan ke-1 (Literasi Media Publishing, 2015), Hal. 68.

hasil pengamatannya. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa metode yang bertujuan agar penelitian sesuai dengan kemampuan penulis baik dari segi waktu, tenaga dan biaya. Maka dari itu, penulis menggunakan tiga metode dalam penelitian ini. Teknik tersebut sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada sumber data, dan sumber data menyampaikan dengan secara lisan.⁵² Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.⁵³

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. Karena itu, wawancara tidak hanya menangkap pemahaman atau ide, tetapi juga dapat menangkap perasaan, pengalaman, emosi, motif, yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan.⁵⁴

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara semi terstruktur dimana wawancara akan dilaksanakan berdasarkan pertanyaan-

⁵² Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Cetakan ke-1 (Sukabina Press, 2016), Hal. 53.

⁵³ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya, 2010), 180.

⁵⁴ W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Grafindo, 2002), 119.

pertanyaan yang telah terkonsep dan terarah. Pada kegiatan ini wawancara akan ditujukan kepada mahasiswa yang ada di UIN Jurai Siwo Lampung. Jadi peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan bagaimana Relevansi Fatwa MUI Tentang Produk Kosmetik Halal Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa: Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung. Kemudian peneliti mencatat serta mendengarkan dengan teliti, dengan tujuan agar mendapatkan jawaban dari narasumber dapat berkembang sesuai dengan situasi saat wawancara dilakukan.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap suatu objek dilapangan. Pengamatan (observasi) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian.⁵⁵ Observasi adalah teknik yang sering digunakan oleh para peneliti ketika hendak melakukan sebuah penelitian khususnya pada penelitian suatu karya ilmiah.

Mengacu pada fungsi pengamatan dalam kelompok kegiatan observasi dibagi menjadi dua yaitu:

a. *Participant observer*

Participant observer adalah suatu bentuk observasi dimana pengamat (observer) secara teratur berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan yang diamati.

⁵⁵W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, 116.

b. *Non-participant observer*

Non-participant observer adalah suatu bentuk observasi dimana pengamat atau peneliti tidak terlihat langsung dalam kegiatan kelompok atau bisa dikatakan peneliti tidak ikut serta dalam suatu kegiatan yang diamatinya.⁵⁶

Pada penelitian ini penulis melakukan observasi di UIN Jurai Siwo Lampung untuk melihat keadaan lapangan tentang bagaimana pengetahuan Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung tentang Fatwa MUI Produk Kosmetik Halal.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang telah berlalu. Dokumentasi merupakan teknik yang penting dalam sebuah penelitian karena dengan ini memudahkan peneliti untuk memperoleh informasi dan data yang akurat. Dokumen ini dapat berbentuk teks tertulis, gambar, buku, catatan harian dan lainnya.⁵⁷

Dokumentasi merupakan suatu pelengkap yang mendukung dari hasil wawancara dan observasi untuk dijadikan sebagai bukti kongkrit dalam sebuah penelitian. Metode dokumentasi yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data-data umum terkait profil Universitas, jumlah mahasiswa dan tenaga kependidikan, dan lainnya yang peneliti peroleh dari pihak tenaga kependidikan UIN Jurai Siwo Lampung serta

⁵⁶A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), 384.

⁵⁷*Ibid.*, 391.

foto-foto yang peneliti peroleh dari kondisi lapangan.

D. Teknik Menjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data merupakan suatu cara yang dilakukan peneliti untuk mengukur derajat kepercayaan (*credibility*) dalam proses pengumpulan data penelitian. Teknik yang Penulis gunakan dalam mengecek keabsahan data yaitu triangulasi teknik. Triangulasi teknik untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara mengecek kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Jadi data yang diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi atau dokumentasi. Bila dengan dua teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka penulis melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandang yang berbeda-beda.⁵⁸

Triangulasi teknik adalah untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Triangulasi teknik ini dimaksudkan untuk memeriksa kebenaran data yang diperoleh dari kegiatan wawancara dengan melakukan observasi dan dokumentasi.

E. Metode Analisis Data

⁵⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: 2013), Cet 8, 127

Analisis data kualitatif merupakan mengumpulkan dan mengurutkan data kedalam pola dalam satu uraian sehingga mampu menemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Menurut Milles dan Huberman ada tiga teknik dalam menganalisis data, yaitu :

1. *Reduksi Data*

Reduksi data merupakan melakukan perincian data, memfokuskan pada data-data hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu dengan tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan dilapangan. Oleh karena itu, apabila peneliti menemukan segala sesuatu yang tidak dikenal atau asing hal itu harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan penguasaan yang luas, kecerdasan serta ketelitian.

2. *Display Data (Penyajian Data)*

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang dilakukan adalah menggunakan kedalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori dan sejenisnya. Menurut Milles dan Huberman, dalam penyajian data yang paling penting adalah dengan teks yang bersifat naratif. Pada tahap ini peneliti menyajikan data-data yang telah direduksi kedalam laporan secara sistematis.

3. *Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi*

Kesimpulan awal yang ditarik hanya bersifat sementara dan akan

mengalami perubahan apabila tidak ditemukan data yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang masih belum jelas adanya.⁵⁹

⁵⁹ Umrati dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), Hal. 88-90.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan temuan dan pembahasan hasil penelitian dengan terlebih dahulu menjelaskan gambaran umum wilayah penelitian untuk memberikan konteks hasil penelitian.

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung adalah salah satu perguruan tinggi Islam negeri yang berada di Provinsi Lampung, Indonesia. Universitas ini didirikan dengan tujuan untuk menyediakan pendidikan tinggi yang berkualitas di bidang ilmu agama Islam, serta mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan nilai-nilai Islam. UIN Jurai Siwo Lampung ini secara spesifik terletak di wilayah Pendidikan Kota Metro Lampung tepatnya di jalan Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur. Kampus UIN Jurai Siwo Lampung ini memiliki 2 lokasi kampus, kampus pertama dan utama ada di Metro Timur dan kampus 2 ada di Banjar Rejo Batanghari Lampung Timur.⁶⁰

UIN Jurai Siwo Lampung didirikan pada tahun 1997 sebagai bagian dari upaya pemerintah Indonesia untuk meningkatkan akses pendidikan tinggi di daerah-daerah.¹ Awalnya, institut ini didirikan sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan Keputusan Presiden No. 11 tahun 1997. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan pendidikan tinggi di

⁶⁰ *Profil UIN Jusila*, <https://www.metrouniv.ac.id/about/history/>, 23 Januari 2026.

Lampung, STAIN Metro kemudian mengalami peningkatan status menjadi IAIN berdasarkan Peraturan Presiden No. 91 Tahun 2016. Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro.⁶¹

Terkait dengan perubahan itu, maka semua kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban dari masing-masing STAIN dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN masing-masing. Demikian pula, semua mahasiswa STAIN perguruan tinggi tersebut menjadi mahasiswa IAIN. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik.

Kemudian tahun 2025 merupakan tahun monumental yang menandai babak baru dalam sejarah pendidikan tinggi Islam di Indonesia. Dengan terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 57 tanggal 8 Mei 2025, IAIN Metro resmi bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung .Perubahan ini bukan hanya soal nomenklatur, tetapi mencerminkan semangat pembaruan, perluasan mandat keilmuan, dan komitmen untuk menghadirkan perguruan tinggi Islam yang lebih inklusif, kompetitif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Dari kampus

⁶¹ *Profil UIN Jusila, <https://www.metrouniv.ac.id/about/history/>.*

keagamaan menuju Universitas Islam yang unggul dan terbuka, selama ini dikenal sebagai lembaga pendidikan tinggi keagamaan yang konsisten mengembangkan kajian keislaman, menghasilkan sarjana-sarjana yang mumpuni dalam bidang pendidikan agama Islam, hukum Islam, dan ekonomi syariah. Namun, seiring dengan dinamika global, kebutuhan masyarakat akan lulusan yang tidak hanya religius tetapi juga profesional dan adaptif terhadap perubahan semakin mendesak.⁶²

Menjadi UIN Jurai Siwo Lampung artinya membuka peluang untuk mengembangkan disiplin ilmu yang lebih luas. Universitas ini kini dapat menyelenggarakan program studi umum seperti teknologi informasi, sains, kesehatan, manajemen, dan lainnya, dengan pendekatan integratif yang memadukan nilai-nilai Islam dalam setiap lini keilmuan. Ini merupakan bagian dari semangat integrasi dan interkoneksi ilmu, sebuah konsep pendidikan tinggi Islam yang terus dikembangkan di Indonesia. Kampus ini terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan visi dan misinya. UIN Jurai Siwo Lampung ini terletak di dataran menengah yang sehingga iklim yang ada di Kota Metro tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin. Kota Metro yang merupakan wilayah dari UIN Jurai Siwo Lampung itu sendiri biaya hidup di kota ini relatif lebih murah ketimbang kota-kota atau kabupaten lain yang ada di Provinsi Lampung. Transformasi ini juga merupakan langkah strategis untuk mengatasi keterbatasan peran IAIN yang selama ini hanya fokus pada bidang keislaman.

⁶² *Profil UIN Jusila*, <https://www.metrouniv.ac.id/about/history/>.

Dengan menjadi UIN, cakupan akademik menjadi lebih luas, daya saing meningkat, dan potensi untuk menjawab tantangan masyarakat modern semakin besar.⁶³

Makna Filosofis "Jurai Siwo": Identitas Lokal dalam Cita Global
Pemilihan nama "UIN Jurai Siwo Lampung" bukan tanpa alasan. Istilah Jurai Siwo merupakan simbol budaya dan nilai-nilai luhur masyarakat Lampung. Ia mencerminkan kearifan lokal, semangat persaudaraan, keadilan, musyawarah, serta kehormatan terhadap adat dan tradisi. Dengan menjadikan nama ini sebagai identitas institusi, UIN Jurai Siwo Lampung menegaskan komitmennya untuk membangun pendidikan tinggi yang berpijak pada budaya lokal namun berpandangan global. Di tengah derasny arus globalisasi dan modernisasi, pelestarian identitas lokal menjadi penting. UIN Jurai Siwo diharapkan menjadi benteng nilai-nilai luhur Lampung yang terus hidup dalam denyut akademik dan kehidupan kampus. Kampus ini bukan hanya pusat ilmu, tetapi juga pusat peradaban yang merawat akar budaya sambil menumbuhkan pohon keilmuan ke arah langit cita-cita.

UIN Jurai Siwo Lampung memiliki beberapa fakultas yang menawarkan berbagai program studi di bidang ilmu agama Islam, sosial, dan humaniora. Berikut adalah fakultas-fakultas yang ada di UIN Jurai Siwo Lampung: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan Program Studinya Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Biologi, Pendidikan Matematika, Pendidikan Ilmu Sosial,

⁶³ *Profil UIN Jusila*, <https://www.metrouniv.ac.id/about/history/>.

Pendidikan Islam Anak Usia Dini dan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah. Pada Fakultas Syariah program studinya diantaranya: Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhsiyah), Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Hukum Tata Negara (Siyasah) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah diantaranya: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bimbingan dan Konseling Islam, Sastra Arab. Serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diantaranya: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen Haji dan Umrah.⁶⁴

UIN Jurai Siwo Lampung merupakan perguruan tinggi Islam yang memiliki mahasiswa dengan latar belakang keilmuan dan karakteristik yang beragam, baik dari bidang pendidikan, hukum Islam, ekonomi syariah, maupun dakwah dan sosial keagamaan. Keberagaman tersebut turut membentuk pola pikir dan perilaku mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam menentukan pilihan konsumsi produk yang digunakan, salah satunya produk kosmetik. Sebagai institusi yang berlandaskan nilai-nilai keislaman, pemahaman mahasiswa terhadap ketentuan halal dan fatwa keagamaan memiliki peran penting dalam membentuk gaya hidup yang sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Dalam konteks tersebut, perbedaan jumlah mahasiswa berdasarkan fakultas dan jenis kelamin menjadi faktor yang relevan untuk diperhatikan, mengingat penggunaan produk kosmetik cenderung lebih dominan pada mahasiswa perempuan, meskipun mahasiswa laki-laki juga mulai menunjukkan perhatian terhadap aspek perawatan diri. Oleh karena itu,

⁶⁴ *Profil UIN Jusila*, <https://www.metrouniv.ac.id/about/history/>.

penyajian data jumlah mahasiswa berdasarkan fakultas dan jenis kelamin diperlukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta sebagai dasar dalam menganalisis kecenderungan gaya hidup mahasiswa terkait kepatuhan terhadap ketentuan halal. Data tersebut disajikan dalam Tabel 4.1 berikut.⁶⁵

Tabel 4.1

**Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Fakultas dan Jenis Kelamin
UIN Jurai Siwo Lampung**

No	Fakultas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Tarbiyah dan Keguruan	497	1.723	2.220
2	Syariah	239	234	473
3	Ekonomi dan Bisnis Islam	405	961	1.366
4	Ushuluddin dan Dakwah	135	213	348
	Total	1.276	3.131	4.407

Sumber: https://sismik.metrouniv.ac.id/?leftmenu=data_mahasiswa

Berdasarkan Tabel 4.1, jumlah mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung secara keseluruhan sebanyak 4.407 mahasiswa, dengan komposisi mahasiswa perempuan sebesar 3.131 orang (71,04%) dan mahasiswa laki-laki sebanyak 1.276 orang (28,96%), yang menunjukkan dominasi mahasiswa perempuan. Pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, mahasiswa perempuan mendominasi dengan persentase 77,61%, sedangkan mahasiswa laki-laki sebesar 22,39%. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam juga menunjukkan kecenderungan serupa, dengan mahasiswa perempuan sebesar 70,34% dan laki-laki 29,66%. Sementara itu, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah memiliki komposisi mahasiswa perempuan sebesar 61,21% dan laki-laki 38,79%, serta Fakultas Syariah menunjukkan jumlah yang relatif seimbang antara mahasiswa laki-laki

⁶⁵ https://sismik.metrouniv.ac.id/?leftmenu=data_mahasiswa, 2 Februari 2026.

50,53% dan perempuan 49,47%. Komposisi demografis ini relevan dengan penelitian mengenai relevansi Fatwa MUI tentang produk kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa, karena memperlihatkan keterlibatan mahasiswa lintas fakultas dan gender dalam praktik penggunaan produk perawatan diri dan pemaknaan kehalalan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Pemahaman Dan Penerapan Fatwa MUI Tentang Kosmetik Halal Di Kalangan Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung

Dalam perspektif Teori Kesadaran Hukum (*Legal Awareness Theory*) yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, tingkat kepatuhan seseorang terhadap norma hukum sangat bergantung pada sejauh mana individu tersebut mengetahui, memahami, dan menginternalisasi nilai-nilai hukum yang berlaku dalam kehidupannya. Teori ini menegaskan bahwa kesadaran hukum mencakup empat dimensi utama, yaitu pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan perilaku hukum.

Jika teori ini diterapkan dalam konteks penelitian, maka pemahaman mahasiswa terhadap Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Produk Kosmetika Halal menjadi cerminan sejauh mana fatwa tersebut tidak hanya dikenal sebagai aturan normatif, tetapi juga dihayati dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam memilih dan menggunakan produk kosmetik. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan pengisian angket kuisioner dengan beberapa mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung dari berbagai fakultas, ditemukan bahwa tingkat pemahaman mereka terhadap fatwa tersebut

masih beragam. Sebagian besar hanya mengenal fatwa melalui simbol logo halal pada kemasan produk, namun belum memahami isi, tujuan, dan implikasi hukum dari fatwa itu sendiri secara mendalam.

Hasil wawancara dengan AH, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, menunjukkan bahwa ia memahami fatwa hanya sebatas pada simbol halal yang dianggap sebagai tanda aman. Ia menyampaikan:

Kalau soal fatwa, saya tahunya sebatas ada logo halal dari MUI. Itu sudah jadi semacam kode kalau produknya aman. Tapi kalau isi fatwa detailnya, jujur saya kurang paham, apalagi yang spesifik kosmetik. Yang paling utama itu produknya cocok di kulit saya.⁶⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pada aspek pengetahuan hukum, AH telah mengetahui keberadaan fatwa, namun pada aspek pemahaman hukum, internalisasi nilai hukum belum terbentuk secara mendalam. Hal yang berbeda disampaikan oleh AT, mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, yang memiliki kesadaran halal tinggi dan menjadikan fatwa MUI sebagai pedoman utama sebelum membeli produk:

Menurut saya penting banget karena kita muslim, semua yang kita gunakan harus dipastikan halal. Apalagi kosmetik, karena bersentuhan langsung dengan wajah dan sering dipakai salat. Jadi saya selalu cek logo halalnya sebelum membeli.⁶⁷

Sementara itu, AI, mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, menuturkan bahwa meskipun laki-laki, ia juga memperhatikan produk perawatan diri dan menekankan pentingnya kejelasan status kehalalan bahan seperti alkohol dalam parfum:

⁶⁶ Wawancara dengan AH mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 5 Januari (2026).

⁶⁷ Wawancara dengan AT, mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. 7 Januari (2026).

Saya peduli dengan produk halal, apalagi parfum. Banyak yang mengandung alkohol, dan kadang saya bingung apakah alkohol itu haram atau tidak. Jadi saya cari yang jelas-jelas ada logo halalnya.⁶⁸

Adapun hasil wawancara dengan LR mahasiswi Fakultas Syariah, memperlihatkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap aspek hukum dan moral dalam fatwa MUI. Lia menilai bahwa fatwa tidak hanya berfungsi sebagai panduan konsumsi, tetapi juga sebagai bentuk ketaatan hukum Islam yang harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari:

Kalau menurut saya, fatwa MUI tentang kosmetik halal itu penting banget, karena menyangkut hukum dan ibadah. Misalnya kosmetik yang mengandung bahan najis atau menghalangi air wudhu kan bisa bikin ibadah kita nggak sah. Jadi saya selalu pastikan bahan kosmetik yang saya pakai itu sesuai syariat, bukan cuma lihat logo halalnya saja. Saya juga baca fatwanya lewat situs MUI, biar tahu batasan-batasannya.⁶⁹

Selain empat informan utama, peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui angket yang diisi oleh mahasiswa dari berbagai fakultas. Untuk memperdalam dan memvalidasi data tersebut, peneliti melakukan wawancara lanjutan terhadap delapan responden terpilih. Ringkasan hasil angket dan wawancara pendalaman dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

⁶⁸ Wawancara dengan AI mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. 6 Januari (2026).

⁶⁹ Wawancara dengan LR, Fakultas Syariah. 10 Januari (2026).

Tabel 4.2
Ringkasan Hasil Angket dan Wawancara Pendalaman 8 Mahasiswa
tentang Pemahaman dan Penerapan Fatwa MUI Kosmetik Halal

No	Inisial Responden	Fakultas	Tingkat Pemahaman Fatwa MUI	Sikap terhadap Kosmetik Halal	Penerapan dalam Perilaku
1	HN	Syariah	Mengetahui secara umum (logo halal)	Mendukung pentingnya halal	Mengandalkan label halal
2	ALL	Ekonomi dan Bisnis Islam	Mengetahui secara umum	Menganggap halal penting, namun fleksibel	Dipengaruhi kecocokan dan tren
3	VN	Syariah	Memahami cukup mendalam	Sangat mendukung	Mengecek bahan dan kehalalan
4	WD	Syariah	Pemahaman rendah	Mendukung secara normatif	Dipengaruhi rekomendasi sosial
5	MS	Syariah	Mengetahui secara umum	Setuju dengan fatwa	Mengandalkan logo halal
6	RZ	Ushuluddin, Adab, dan Dakwah	Memahami secara praktis	Mendukung	Memilih produk bersertifikat halal
7	TR	Ushuluddin, Adab, dan Dakwah	Cukup memahami	Mendukung	Mengecek label halal
8	WN	Tarbiyah dan Keguruan	Memahami secara umum	Sangat mendukung	Mendukung penerapan luas halal

Berdasarkan tabel 4.2 hasil wawancara mendalam dan pengisian angket kuisioner menunjukkan variasi tingkat pemahaman dan penerapan berbeda-beda terhadap fatwa MUI tentang kosmetik halal. Adapun hasil wawancara dengan HN, mahasiswi Fakultas Syariah, menunjukkan bahwa ia telah mengetahui adanya fatwa MUI dan pentingnya kosmetik halal, namun belum

memahami secara detail isi fatwa tersebut. Ia menyampaikan:

Saya tahu ada fatwa MUI tentang kosmetik halal dan biasanya lihat dari logo halal saja. Selama ada label halal, saya merasa aman. Tapi kalau ditanya isi fatwanya secara detail, saya belum pernah baca langsung.⁷⁰

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kesadaran hukum HN masih berada pada tahap pengetahuan hukum, namun belum sampai pada pemahaman yang komprehensif. Selanjutnya, ALL, mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, mengungkapkan bahwa ia memahami pentingnya kehalalan kosmetik, tetapi dalam praktiknya masih mempertimbangkan faktor lain seperti kenyamanan produk. Ia menuturkan:

Menurut saya kosmetik halal itu penting, apalagi buat muslim. Tapi kadang kalau produknya cocok di kulit dan banyak dipakai orang, saya tetap pakai walaupun belum terlalu yakin kehalalannya.⁷¹

Hal ini menunjukkan adanya konflik antara sikap hukum dan perilaku hukum, di mana kesadaran normatif belum sepenuhnya terwujud dalam tindakan. Kemudian wawancara dengan VN, mahasiswi Fakultas Syariah, memperlihatkan tingkat pemahaman yang lebih tinggi. Ia menyatakan:

Saya bukan cuma lihat logo halal, tapi juga berusaha tahu bahan-bahannya. Karena kosmetik itu berhubungan dengan wudhu dan ibadah, jadi menurut saya harus jelas kehalalannya.⁷²

Pernyataan ini mencerminkan bahwa VN telah menginternalisasi nilai fatwa MUI hingga pada tahap perilaku hukum. Sementara itu, WD, mahasiswi Fakultas Syariah, mengaku masih ragu dalam membedakan kosmetik halal dan tidak halal. Ia mengatakan:

⁷⁰ Wawancara dengan HN, mahasiswi Fakultas Syariah. 10 Januari (2026).

⁷¹ Wawancara dengan ALL, mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. 10 Januari (2026).

⁷² Wawancara dengan VN, mahasiswi Fakultas Syariah. 10 Januari (2026).

Saya tahu kosmetik harus halal, tapi jujur masih bingung bedain mana yang benar-benar halal dan mana yang belum. Jadi biasanya saya ikut rekomendasi teman atau yang lagi viral.⁷³

Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman hukum WD masih belum kuat dan dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial. Selanjutnya wawancara dengan MS, mahasiswa Fakultas Syariah, menunjukkan sikap yang cukup positif terhadap fatwa MUI, meskipun pemahamannya belum mendalam. Ia menyampaikan:

Saya setuju kalau kosmetik itu harus halal. Tapi saya belum terlalu paham soal detail fatwanya. Biasanya kalau ada logo halal, saya anggap sudah cukup.⁷⁴

Pernyataan ini menunjukkan bahwa MS berada pada tahap pengetahuan dan sikap hukum, namun belum sepenuhnya sampai pada internalisasi nilai. Selanjutnya, RZ, mahasiswa Fakultas Ushluhudin Adab dan Dakwah, menyatakan bahwa fatwa MUI cukup memengaruhi gaya hidupnya. Ia menuturkan:

Sekarang saya lebih hati-hati pilih produk, termasuk kosmetik. Saya merasa lebih tenang kalau pakai yang sudah ada sertifikat halalnya.⁷⁵

Hal ini menunjukkan bahwa fatwa MUI telah berfungsi sebagai pedoman perilaku konsumsi. Wawancara dengan TR, mahasiswi Fakultas Ushluhudin Adab dan Dakwah, menunjukkan bahwa lingkungan kampus turut memengaruhi kesadarannya. Ia mengatakan

Di kampus sering dibahas soal halal, jadi saya jadi lebih sadar. Sekarang sebelum beli kosmetik, saya cek dulu ada label halal atau

⁷³ Wawancara dengan WD, mahasiswi Fakultas Syariah. 10 Januari (2026).

⁷⁴ Wawancara dengan MS, mahasiswa Fakultas Syariah. 10 Januari (2026).

⁷⁵ Wawancara dengan RZ, mahasiswa Fakultas Ushluhudin Adab dan Dakwah. 10 Januari (2026).

tidak.⁷⁶

Terakhir, WN, mahasiswi Fakultas Tarbiyah, menyatakan dukungannya terhadap penerapan fatwa MUI secara luas. Ia menyampaikan:

Menurut saya fatwa MUI tentang kosmetik halal itu relevan banget buat mahasiswa sekarang. Kalau bisa, semua produk yang beredar itu sudah jelas halalnya.⁷⁷

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara mendalam dan pengisian angket kuisioner dengan dua belas mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung dari berbagai fakultas, dapat dipahami bahwa pemahaman dan penerapan Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika menunjukkan tingkat kesadaran hukum yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan, pengalaman religius, serta lingkungan sosial mahasiswa. Meskipun demikian, secara umum seluruh informan telah mengetahui adanya fatwa MUI tentang kosmetik halal dan menyadari bahwa kehalalan kosmetik merupakan hal yang penting bagi mahasiswa Muslim.

Pengetahuan mahasiswa mengenai fatwa MUI pada umumnya diperoleh melalui simbol label halal pada kemasan produk kosmetik, media sosial, serta lingkungan kampus yang bercirikan keislaman. Namun, pada sebagian mahasiswa, pengetahuan tersebut masih bersifat formal dan simbolik, yaitu sebatas mengenali logo halal tanpa memahami secara mendalam isi dan ketentuan fatwa. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan fatwa MUI telah dikenal secara luas, tetapi belum seluruhnya dipahami sebagai aturan hukum

⁷⁶ Wawancara dengan TR, mahasiswi Fakultas Ushluhudin Adab dan Dakwah. 10 Januari (2026).

⁷⁷ Wawancara dengan WN, mahasiswi Fakultas Tarbiyah. 10 Januari (2026).

Islam yang memiliki implikasi ibadah dan moral.

Dalam hal pemahaman, ditemukan adanya variasi yang cukup signifikan. Sebagian mahasiswa belum memahami secara utuh perbedaan antara kosmetik halal dan tidak halal, termasuk ketentuan bahan, proses produksi, serta dampaknya terhadap keabsahan ibadah seperti wudhu dan salat. Bagi kelompok ini, fatwa MUI lebih dipahami sebagai jaminan keamanan produk. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki latar belakang keilmuan keislaman, khususnya dari Fakultas Syariah dan Ushuluddin, menunjukkan pemahaman yang lebih komprehensif. Mereka memandang fatwa MUI sebagai pedoman hukum dan moral yang berkaitan langsung dengan tanggung jawab keagamaan, sehingga pemilihan kosmetik tidak hanya didasarkan pada aspek estetika, tetapi juga pada kesesuaian dengan prinsip syariat Islam.

Sikap mahasiswa terhadap fatwa MUI pada umumnya menunjukkan kecenderungan positif. Mayoritas informan menyatakan setuju bahwa kosmetik halal penting digunakan dan menilai fatwa MUI relevan dengan kehidupan mahasiswa saat ini. Fatwa dipandang sebagai rambu moral yang membantu mahasiswa bersikap lebih selektif dalam memilih produk kosmetik di tengah kuatnya pengaruh tren kecantikan, budaya konsumtif, dan arus digitalisasi. Meskipun demikian, sikap positif tersebut pada sebagian mahasiswa belum sepenuhnya konsisten, karena masih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kecocokan produk, popularitas merek, serta rekomendasi lingkungan sosial.

Dalam praktiknya, penerapan fatwa MUI dalam perilaku konsumsi

mahasiswa juga menunjukkan variasi. Sebagian mahasiswa telah membiasakan diri untuk memeriksa label halal sebelum membeli kosmetik dan berusaha menghindari produk yang kehalalannya tidak jelas. Bagi mereka, penggunaan kosmetik halal telah menjadi bagian dari gaya hidup Islami. Namun, terdapat pula mahasiswa yang meskipun mengetahui dan menyetujui pentingnya fatwa MUI, belum sepenuhnya menjadikannya sebagai pedoman utama dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan, sikap, dan perilaku hukum.

Hasil analisis ini sejalan dengan Teori Kesadaran Hukum (*Legal Awareness Theory*) yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, bahwa kesadaran hukum seseorang mencakup empat aspek penting, yaitu pengetahuan, pemahaman, sikap, dan perilaku hukum.⁷⁸ Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa yang mengetahui adanya fatwa (pengetahuan) belum tentu memahami isi dan tujuan fatwa (pemahaman). Namun, bagi mereka yang memahami dan menjadikannya pedoman (sikap dan perilaku hukum), fatwa MUI benar-benar berfungsi efektif dalam membentuk gaya hidup Islami.

Selanjutnya, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Andre Anastino (2016) yang meneliti pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik dalam perspektif ekonomi Islam, di mana hasilnya menunjukkan bahwa gaya hidup Islami memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumsi halal.⁷⁹ Begitu pula dengan penelitian Mega

⁷⁸ Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 45.

⁷⁹ Andre Anastino, *PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*,

Lestari (2022) yang menemukan bahwa sertifikasi halal dan izin edar BPOM berpengaruh terhadap minat beli kosmetik mahasiswa UIN Alauddin Makassar.⁸⁰

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa fatwa MUI tentang kosmetik halal tidak bekerja secara seragam dalam membentuk perilaku mahasiswa. Perbedaan respons mahasiswa terhadap fatwa mencerminkan adanya tahapan kesadaran hukum yang tidak selalu berakhir pada kepatuhan praktis. Temuan ini memperlihatkan bahwa fatwa MUI lebih dahulu berfungsi sebagai kerangka normatif yang dikenali, kemudian secara bertahap menjadi pedoman sikap, dan pada sebagian mahasiswa berkembang menjadi dasar perilaku konsumsi. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang menempatkan halal sebagai faktor preferensi konsumsi atau pertimbangan ekonomi, penelitian ini menegaskan posisi fatwa MUI sebagai instrumen hukum Islam yang berperan dalam proses internalisasi nilai hukum. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada penjelasan bagaimana fatwa bekerja dalam ranah kesadaran hukum mahasiswa, bukan semata-mata pada keputusan membeli produk kosmetik.

Secara konseptual, temuan penelitian ini menguatkan pandangan bahwa kesadaran hukum tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses yang dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, dan konteks sosial. Fatwa MUI tentang kosmetik halal telah hadir sebagai rujukan normatif di lingkungan

2016, 121.

⁸⁰ Mega Lestari, *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR.*, 2022, 56.

mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung, namun efektivitasnya dalam membentuk perilaku sangat bergantung pada kedalaman pemahaman dan internalisasi nilai keagamaannya.⁸¹

Dalam konteks ini, fatwa MUI dapat dipahami bukan hanya sebagai aturan hukum, tetapi sebagai sarana pendidikan hukum Islam yang berfungsi membangun orientasi moral mahasiswa dalam menghadapi pilihan konsumsi di era modern.⁸² Sintesis ini menegaskan bahwa keberhasilan fatwa dalam membentuk gaya hidup halal tidak hanya ditentukan oleh keberadaannya, melainkan oleh proses kesadaran hukum yang berkembang di kalangan mahasiswa.

C. Relevansi Fatwa MUI Tentang Kosmetik Halal Terhadap Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung

Pendekatan *sosio-legal* terhadap fatwa menempatkan fatwa sebagai produk hukum Islam yang tidak hanya bersumber dari teks normatif Al-Qur'an dan Hadis, tetapi juga lahir sebagai respons terhadap dinamika sosial yang berkembang di masyarakat. Dalam perspektif ini, fatwa dipahami sebagai norma keagamaan yang berinteraksi secara langsung dengan realitas sosial, sehingga keberadaannya harus diuji melalui efektivitasnya dalam memengaruhi perilaku masyarakat.

Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk

⁸¹ Muhammad Atho Mudzhar, *Fatwa-Fatwa Majelis Ulama Indonesia: Sebuah Studi tentang Pemikiran Hukum Islam di Indonesia* (Jakarta: INIS, 1993), 67.

⁸² Ali Achamad, *Menguak Teori Hukum dan Teori Peradilan: Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)* (2020), 112.

Kosmetika merupakan bentuk respons normatif terhadap perkembangan industri kosmetik modern yang semakin kompleks. Maraknya penggunaan bahan kimia, alkohol, dan unsur hewani dalam produk kecantikan menimbulkan kebutuhan akan pedoman hukum yang jelas bagi umat Islam. Oleh karena itu, fatwa ini tidak hanya berfungsi sebagai penjelasan hukum, tetapi juga sebagai instrumen pengarah gaya hidup konsumsi Muslim.⁸³

Menurut Teori Relevansi Hukum (*Legal Relevance Theory*), suatu norma hukum dikatakan relevan apabila norma tersebut memiliki hubungan nyata dengan perilaku sosial dan mampu memengaruhi tindakan individu dalam kehidupan sehari-hari.⁸⁴ Dalam konteks penelitian ini, perilaku sosial yang dimaksud adalah gaya hidup mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung dalam memilih dan menggunakan produk kosmetik.

Berdasarkan hasil wawancara, norma Fatwa MUI tentang kosmetik halal menunjukkan tingkat relevansi yang bertingkat terhadap perilaku mahasiswa. Mahasiswa seperti LR dan VN merepresentasikan relevansi substantif, di mana fatwa tidak hanya diketahui, tetapi juga dipahami secara mendalam dan dijadikan pedoman dalam memilih produk, bahkan dikaitkan dengan keabsahan ibadah. Sementara itu, mahasiswa seperti AT dan RZ menunjukkan relevansi normatif, yakni menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam pembelian meskipun belum memahami secara rinci isi fatwa. Adapun mahasiswa seperti AH, MS, dan HN memperlihatkan

⁸³ “Fatwa-MUI-No.26-tahun-2013-Standar-Kehalalan-Produk-Kosmetika-dan-Penggunannya,” t.t.

⁸⁴ Lawrence M. Friedman, *The Legal System: A Social Science Perspective* (New York: Russell Sage Foundation, 1975).

relevansi simbolik, di mana fatwa dikenal melalui keberadaan logo halal, tetapi belum sepenuhnya terinternalisasi dalam perilaku konsumsi. Variasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara norma fatwa dan perilaku sosial mahasiswa bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh tingkat kesadaran hukum serta internalisasi nilai keagamaan masing-masing individu.

Dalam kerangka *socio-legal*, hal ini menunjukkan bahwa efektivitas fatwa sangat dipengaruhi oleh konteks sosial. Berbeda dengan Malaysia yang memberikan kekuatan hukum formal terhadap fatwa, di Indonesia fatwa MUI bersifat moral dan tidak mengikat secara yuridis. Oleh karena itu, kepatuhan mahasiswa terhadap fatwa sangat bergantung pada tingkat religiusitas dan kesadaran hukum masing-masing individu.⁸⁵ Namun demikian, lingkungan kampus UIN Jurai Siwo Lampung sebagai institusi berbasis keislaman turut memperkuat legitimasi sosial fatwa. TR menyatakan bahwa diskusi halal di lingkungan kampus membuatnya lebih sadar untuk memeriksa label halal sebelum membeli kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa norma fatwa menjadi lebih relevan ketika didukung oleh lingkungan sosial yang kondusif.

Lebih jauh lagi, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa fatwa MUI berperan sebagai mekanisme kontrol moral dalam menghadapi budaya konsumtif dan pengaruh media sosial yang kuat di kalangan mahasiswa. Kosmetik dalam kehidupan mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan estetika, tetapi juga sebagai bagian dari pembentukan identitas sosial dan citra diri. Dalam kondisi tersebut, fatwa MUI berfungsi sebagai batas

⁸⁵ Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, 45–47.

normatif yang menjaga agar gaya hidup modern tetap berada dalam koridor syariat. Namun demikian, efektivitasnya tidak sepenuhnya seragam karena fatwa di Indonesia tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat secara yuridis, melainkan bersifat moral. Oleh karena itu, implementasinya sangat bergantung pada kesadaran hukum dan tingkat religiusitas individu.⁸⁶ Lingkungan kampus UIN Jurai Siwo Lampung sebagai institusi berbasis keislaman turut memperkuat legitimasi sosial fatwa, sebagaimana diungkapkan TR bahwa diskusi mengenai halal di kampus membuatnya lebih sadar untuk memeriksa label halal sebelum membeli kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa relevansi fatwa semakin kuat ketika didukung oleh lingkungan sosial yang kondusif dan edukatif.

Temuan ini memiliki keterkaitan dengan penelitian Andre Anastino (2016) yang menyimpulkan bahwa gaya hidup Islami dan labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik dalam perspektif ekonomi Islam.⁸⁷ Hasil tersebut sejalan dengan penelitian ini, di mana mahasiswa dengan orientasi religius yang kuat cenderung menjadikan fatwa sebagai pedoman konsumsi. Demikian pula penelitian Mega Lestari (2022) yang menemukan bahwa sertifikasi halal dan izin edar BPOM berpengaruh terhadap minat beli kosmetik mahasiswa UIN Alauddin Makassar.⁸⁸ Akan tetapi, penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih spesifik dalam

⁸⁶ Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Masyarakat* (Angkasa, 1980), 89.

⁸⁷ Anastino, *PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*, 2016.

⁸⁸ Lestari, *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR*.

perspektif *sosio-legal*, karena tidak hanya meneliti pengaruh halal terhadap minat beli, melainkan menganalisis bagaimana fatwa MUI sebagai norma hukum Islam berinteraksi dengan kesadaran hukum dan gaya hidup mahasiswa. Secara keseluruhan, relevansi Fatwa MUI tentang kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung bersifat kontekstual dan bertahap. Fatwa telah dikenal dan diakui sebagai pedoman normatif, namun tingkat internalisasinya berbeda-beda sesuai dengan latar belakang pendidikan, pengalaman religius, dan lingkungan sosial mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan fatwa dalam membentuk gaya hidup halal tidak hanya ditentukan oleh keberadaan normanya, tetapi juga oleh proses kesadaran hukum dan dinamika sosial yang menyertainya. Analisis ini sekaligus mempertegas posisi penelitian sebagai kajian sosio-legal yang melihat fatwa sebagai norma hidup yang berinteraksi dengan realitas sosial mahasiswa, bukan sekadar teks hukum yang berdiri sendiri.

Berdasarkan pemamaparan diatas, hasil analisis penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika memiliki relevansi nyata terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung. Relevansi tersebut terlihat dari adanya hubungan antara norma fatwa dengan perilaku sosial mahasiswa dalam memilih dan menggunakan produk kosmetik. Namun, tingkat relevansi tersebut bersifat bertahap dan tidak seragam.

Sebagian mahasiswa telah menginternalisasi fatwa secara substantif

dan menjadikannya pedoman dalam perilaku konsumsi, khususnya dalam memastikan kehalalan bahan dan implikasinya terhadap ibadah. Sebagian lainnya menunjukkan relevansi normatif dengan menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama tanpa memahami secara mendalam isi fatwa. Sementara itu, terdapat pula mahasiswa yang memahami fatwa secara simbolik, yakni sebatas mengenal logo halal tanpa internalisasi nilai hukum secara menyeluruh.

Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas fatwa dalam membentuk gaya hidup halal sangat dipengaruhi oleh tingkat kesadaran hukum, religiusitas, latar belakang pendidikan, serta lingkungan sosial mahasiswa. Dalam konteks kampus berbasis keislaman seperti UIN Jurai Siwo Lampung, fatwa memperoleh legitimasi sosial yang cukup kuat, namun tetap berhadapan dengan pengaruh budaya konsumtif dan tren media sosial yang membentuk gaya hidup modern mahasiswa.⁸⁹

Dengan demikian, fatwa MUI tentang kosmetik halal tidak hanya berfungsi sebagai norma hukum Islam yang bersifat tekstual, tetapi sebagai instrumen sosial-keagamaan yang berinteraksi secara dinamis dengan realitas gaya hidup mahasiswa. Keberhasilan fatwa dalam membentuk perilaku konsumsi halal tidak hanya ditentukan oleh keberadaan normanya, tetapi oleh proses internalisasi nilai hukum dalam kesadaran individu dan dukungan lingkungan sosial yang kondusif.

⁸⁹ Zainudin Ali, *Sosiologi Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), 115.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis mengenai relevansi Fatwa MUI tentang produk kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemahaman dan penerapan Fatwa MUI tentang kosmetik halal di kalangan mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung menunjukkan tingkat yang beragam. Sebagian besar mahasiswa telah mengetahui adanya Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika, namun pemahaman mereka masih sebatas pada keberadaan logo atau label halal pada kemasan produk. Mahasiswa cenderung menjadikan label halal sebagai indikator keamanan produk, tanpa memahami secara mendalam isi fatwa yang mengatur tentang bahan, proses produksi, serta implikasinya terhadap ibadah seperti wudhu dan salat. Dalam praktiknya, sebagian mahasiswa telah menerapkan fatwa dengan memilih produk yang bersertifikat halal, sedangkan sebagian lainnya masih memprioritaskan faktor efektivitas, harga, serta tren kosmetik yang sedang viral. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku hukum mahasiswa dalam menerapkan fatwa tersebut.
2. Relevansi Fatwa MUI tentang kosmetik halal terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung memiliki hubungan yang nyata namun bertingkat. Fatwa MUI berperan sebagai pedoman normatif dan rambu moral dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa, khususnya

dalam memilih dan menggunakan produk kosmetik. Bagi mahasiswa yang memiliki kesadaran hukum dan religiusitas yang tinggi, fatwa menjadi dasar dalam menentukan pilihan produk sehingga membentuk gaya hidup halal yang lebih konsisten. Namun bagi sebagian mahasiswa lainnya, fatwa lebih bersifat simbolik dan belum sepenuhnya menjadi landasan utama dalam gaya hidup sehari-hari. Dengan demikian, fatwa MUI tidak hanya berfungsi sebagai regulasi keagamaan, tetapi juga sebagai instrumen pendidikan moral dalam membangun identitas dan gaya hidup Islami mahasiswa di era modern.

B. Saran

1. Mahasiswa yang menggunakan produk kosmetik diharapkan tidak hanya memperhatikan keberadaan label halal, tetapi juga memahami isi dan substansi Fatwa MUI tentang kosmetik halal agar penggunaan produk benar-benar sesuai dengan prinsip syariat Islam. Mahasiswa juga diharapkan lebih selektif dan kritis dalam memilih produk serta tidak hanya mengikuti tren yang berkembang di media sosial.
2. Pihak kampus diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya gaya hidup halal melalui kegiatan akademik maupun non-akademik, seperti seminar, kajian ilmiah, dan integrasi materi halal *lifestyle* dalam perkuliahan. Selain itu, lembaga terkait seperti MUI dan BPJPH diharapkan terus meningkatkan penyebaran informasi yang jelas dan mudah diakses agar generasi muda lebih memahami pentingnya penerapan fatwa dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana, 2017.
- Abdurrahman Fathoni. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Rineka Cipta, 2011.
- Achamad, Ali. *Menguak Teori Hukum dan Teori Peradilan: Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)*. 2020.
- Adawiyah, R. "Analisis Implementasi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika." *Jurnal Hukum Islam* 15(2) (2017).
- Agusta, Ivanovich. "Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif." *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor* 27, no. 10 (2003).
- Aisafitri, Lira. "SINDROM FEAR OF MISSING OUT SEBAGAI GAYA HIDUP GENERASI MILENIAL DI KOTA DEPOK." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK)* Vol. 2 No. 4 (2020).
- Al-Ghazali. *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Usul*. (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah,). jilid I. 1997.
- Ali, Zainudin. *Sosiologi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Aliza Sari, Rizka. "GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TADULAKO." *ANTRO: Antropologi Tadulako Research Journal* Vol. 1, No. 1 (2024).
- Amelia, Dea, Nurrul Nabila Yulianisya, Siti Darajatun, dan Triani Rizkiana. "Halal Branding Membangun Kepercayaan Melalui Sertifikasi Halal." *Litera Inti Aksara*, 2025.
- Anastino, Andre. *PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 2016.
- Anastino, Andre. *PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 2016.
- Anggito, Albi, dan Setiawan Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan Pertama. CV. Jejak, 2018.
- Anoraga, B., J. "Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung Galaxy." *BISMA (Bisnis dan*

Manajemen) 6(2) (2018).

Atho Mudzhar, Muhammad. *Fatwa-Fatwa Majelis Ulama Indonesia: Sebuah Studi tentang Pemikiran Hukum Islam di Indonesia*. Jakarta: INIS, 1993.

Barlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Cetakan ke-1. Sukabina Press, 2016.

Chairunnisyah, Sheilla. "Peran Majelis Ulama Indonesia dalam menerbitkan sertifikat halal pada produk makanan dan kosmetika." *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2017).

Chaney, David. *Lifestyles Sebuah Pengantar Komprehensif*. Cetakan Pertama. Jalasutra, 1996.

Deddy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Eka Pramiasih, euis. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Cetakan I. Deepublish Digital, 2019.

Elitear, Fadlun Maros-Julian, dan Ardi Tambunan-Ernawati Koto. *Penelitian Lapangan (Field Research)*. t.t.

Farichah, Syayyidati, dan Ach Yasin. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 3 (2024): 2966–80.

"FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA Nomor: 26 Tahun 2013 Tentang STANDAR KEHALALAN PRODUK KOSMETIKA DAN PENGGUNAANNYA." MAJELIS ULAMA INDONESIA, 2013.

Hikmawati, Nurul. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Generasi Milenial." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 4 Nomor 3 (2024).

https://sismik.metrouniv.ac.id/?leftmenu=data_mahasiswa. 2 Februari 2026.

Ismeirita. "Dampak Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z dan Milenial (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Panca Sakti Bekasi)." *PROSIDING : Universitas Panca Sakti Bekasi* No.6 (2023).

Kalsum. ""Urgensi Penggunaan Produk Kosmetik Halal Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam." Skripsi. Program Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam., 2019.

Khairuddin, Khairuddin, dan Muhammad Zaki. "PROGRES SERTIFIKASI

HALAL DI INDONESIA Studi pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama dan Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI Pusat.” *Asas: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2021): 101–21.

Khasanah, Elisatun. “Tinjauan Kehalalan Produk Kosmetika dalam Konteks Masailul Fiqhiyah di Era Modern.” *Jurnal El-Thawalib* Volume 6. No. 1 (2025).

Lawrence M. Friedman. *The Legal System: A Social Science Perspective*. New York: Russell Sage Foundation, 1975.

Lestari, Mega. *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR*. 2022.

Lestari, Mega. “PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN IZIN EDAR BPOM TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR.” SKRIPSI : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022.

Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Reamaja Rosdakarya, 2006.

Maemunah. “Analisis penggunaan Label Halal Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membeli Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Media Sosial).” *Skripsi. Program Strata 1 (S1), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ)*, 2020.

Mailani Widya A, Vicky. “Analisis Kesadaran Hukum Mahasiswa Tentang Kosmetik Halal: Studi Kasus di IAIN Kudus.” *SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law* Vol.2 No.3 (2023).

Ningsih. “Sertifikasi Halal Kosmetika sebagai Perlindungan Konsumen Muslim: Studi Kasus Fatwa MUI dan Peraturan Pemerintah.” *Jurnal Kebijakan Hukum*, 6(1) (2022).

Nurritzka Wakhida, Nova. “Analisis Gaya Hidup Hedonisme dan Karakter Peduli Sosial di Kalangan Mahasiswa Milenial.” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* Volume 6 Nomor 3 (2024).

Pramana. “Peran Sertifikasi Halal MUI dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Kosmetik.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 7(1) (2019).

Pratiwi, Dwi Putri, dan Adrial Falahi. “Pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 10, no. 1 (2023): 1–13.

Profil UIN Jusila, <https://www.metrouniv.ac.id/about/history/>. 23 Januari 2026.

Putra, A. “Dampak Fatwa MUI terhadap Pemasaran Produk Kosmetik Halal di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 11(3) (2023).

Putri Lindung Bulan, Tengku. “Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 2 (2018).

Rahardjo, Satjipto. *Hukum dan Masyarakat*. Angkasa, 1980.

Rahma Syauki, Wifka. “Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran.” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4, no. 2 (2020).

Rasyid, Muhammad. *monograf fatwa-fatwa falakiyah majelis ulama indonesia (metode penetapan fatwa, pengaruh sosial politik dan pertimbangan sains)*. Cetakan Pertama. Dotplush Publisher, 2025.

Ridwan, Muannif, AM Suhar, Bahrul Ulum, dan Fauzi Muhammad. “Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah.” *Jurnal Masohi* 2, no. 1 (2021): 42–51.

Sari, W. “Tinjauan Fatwa MUI tentang Kosmetik yang Mengandung Alkohol dan Implikasinya bagi Industri Kosmetik.” *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi Syariah* 8(2) (2021).

Sholehuddin, M. Sugeng. *struktur sosial dan prestasi akademik generasi millenial di PTKIN Jawa Tengah*. Cetakan Pertama. PT Nasya Expanding Management, 2018.

Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Cetakan ke-1. Literasi Media Publishing, 2015.

Soekanto, Soerjono. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.

SOFA, SOFHIA. “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO.” Skripsi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO, 2023.

Sugihartati, Rahmah. *Membaca, Gaya Hidup dan Remaja Kapitalisme*. Graha Ilmu, 2016.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*. Rosdakary, 2009.

Sukristiani, Dwi. “Pengetahuan Tentang Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Dan

Riasan Pada Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.” *Padang*, 2016.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia, 2011.

Tauhida Zaharani, Nada. “FATWA MUI TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK.” *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis* Volume 2 No. 01 (2025).

Umrati, dan Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020.

W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. Grafindo, 2002.

Wawancara dengan AH mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 5 Januari. 2026.

Wawancara dengan AI mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. 6 Januari. 2026.

Wawancara dengan ALL, mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan AT, mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. 7 Januari. 2026.

Wawancara dengan HN, mahasiswi Fakultas Syariah. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan LR, Fakultas Syariah. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan MS, mahasiswa Fakultas Syariah. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan RZ, mahasiswa Fakultas Ushluhudin Adab dan Dakwah. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan TR, mahasiswi Fakultas Ushluhudin Adab dan Dakwah. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan VN, mahasiswi Fakultas Syariah. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan WD, mahasiswi Fakultas Syariah. 10 Januari. 2026.

Wawancara dengan WN, mahasiswi Fakultas Tarbiyah. 10 Januari. 2026.

Widiyanti, Diyah. “PENGARUH SELF-ACTUALIZATION DAN GAYA HIDUP HANGOUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI KEKINIAN PADA GENERASI MILENIAL SURABAYA.” *Jurnal*

Manajemen Pemasaran Vol. 15, No. 1 (2021).

Yulianti, Y. “Gaya Hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi.” *Jurnal Agrisep* 17(1) (2018).

Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana, 2017.

LAMPIRAN – LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; email: syariah.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B.076/Un.36.2/D1/PP.00.9/9/2025

Metro, 23 September 2025

Lampiran: -

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

Siti Mustaghfiroh, M.Phil.

di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Wulan Ristiani

NPM : 2102022007

Fakultas : Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP
GAYA HIDUP MAHASISWA MELENIAL: STUDI KASUS MAHASISWA UIN JURAI
SIWO METRO LAMPUNG

Dengan ketentuan :

1. Membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi.
2. Pembimbing mengoreksi Proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi.
3. Bimbingan Proposal terdiri dari : A). Latar Belakang Masalah, B). Rumusan Masalah, C). Tujuan dan Manfaat Penelitian, D). Penelitian Relevan, E). Landasan Teori, F). Metode Penelitian, G). Outline, H). Rancangan Waktu Penelitian.
4. Membimbing revisi Proposal pasca seminar.
5. Membimbing APD dan menyetujuinya.
6. Membimbing penulisan laporan hasil penelitian dengan format pelaporan sesuai jenis penelitian berdasarkan pedoman penulisan karya ilmiah mahasiswa yang diterbitkan oleh LPPM
7. Mengoreksi kelengkapan berkas Skripsi secara keseluruhan sebelum dimunaqosyahkan.
8. Memastikan kevalidan data penelitian kepada informan/Lembaga tempat penelitian (jika penelitian lapangan).
9. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
10. Diwajibkan memperhatikan jumlah besaran plagiarisme dengan ambang batas maksimal 25 %, sesuai Surat Edaran Rektor IAIN Metro No.017 tahun 2020.
11. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



An. Dekan

Wakil Dekan

Bidang Akademik dan Kelembagaan,

F. Mansyah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMUR SIWO LAMPUNG
UNIT PENUNJANG AKADEMIK PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112

Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-188/Un.36/S/U.1/OT.01/02/2026**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : WULAN RISTIANI
NPM : 2102022007
Fakultas / Jurusan : Syariah / Hukum Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2102022007.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 24 Februari 2026
Kepala Perpustakaan,


Aan Gufroni, S.I.Pust.
NIP. 19920428 201903 1 0094



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; email: syariah.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

No.B-363/Un.36.2/J-HESy/PP.00.9/12/2025

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Wulan Ristiani
NPM : 2102022007
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Jenis Dokumen : Proposal Skripsi
Pembimbing : 1. Siti Mustaghfiroh, M.Phil.
2. -
Judul : RELEVANSI FATWA MUI TENTANG PRODUK KOSMETIK HALAL
TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA(STUDI KASUS
MAHASISWA UIN JURAI SIWO LAMPUNG)

Karya ilmiah yang bersangkutan dengan judul di atas, telah melalui proses uji kesamaan (*similarity check*) menggunakan aplikasi *iThenticate*, dengan hasil persentase kesamaan : **14 %**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 09 Desember 2025

Ketua Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah),



Moelki Fahmi Ardliansyah, M.H.
NIP. 19930710 201903 1 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS SYRIAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296

Website: www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Wulan Ristiani
NPM : 2102022007

Prodi/Fakultas : HESy / Syariah
Semester / T A : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
3.	Kamis 16/10/25	1. Perbaiki font disesuaikan dan dirapikan 2. Kata "Melenial" tolong dihapus 3. Perbaiki sumber data minimal dari 2 sumber buku.	
4.	Selasa 21/10/25	1. Diperjelas lagi permasalahan penelitian (tunjukkan bahwa Fatwa MUI tentang kosmetik haram sudah ada) 2. Diperjelas 12 mahasiswa diambil berdasarkan apa? apakah ada kriteria dalam menentukan sample?	

Dosen Pembimbing,

Siti Mustaghfirah, M.Phil.
NIP. 198908172019032013

Mahasiswa Ybs,

Wulan Ristiani
NPM. 2102022007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296

Website: www.metrouniv.ac.id; email: lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Wulan Ristiani
NPM : 2102022007

Prodi/Fakultas : HESy / Syariah
Semester / T A : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin 29/10/25	1. proposal skripsi ditulis sesuai dengan pedoman. 2. perbaiki Landasan teori, sesuaikan dengan tema penelitian. 3. pada LBM: perjelas antara Das Solen & Das Sein, yaitu antara Teori & Praktik. 4. Tambahkan Metode penelitian. Sesuaikan dengan penelitian	
2.	Kamis 09/10/25	1. Judul: UIN Jurai Siwo Lampung (tidak ada kata Metro) 2. kalimat pada LBM paragraf 1 & 2 tidak sinkron dengan Paragraf selanjutnya 3. perbaiki fokus penelitian di akhir LBM 4. perbaiki pertanyaan penelitian & sesuaikan dengan Tujuan penelitian 5. Tambahkan teori Relevansi Hukum & Teori Kesadaran Hukum 6. alasan memilih lokasi penelitian kriteria Sample & teknik wawancara	

Dosen Pembimbing,

Siti Mustaghfiro, M.Phil.
NIP. 198908172019032013

Mahasiswa Ybs,

Wulan Ristiani
NPM. 2102022007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBAR SIWO LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296

Website: www.metrouniv.ac.id; email : lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Wulan Ristiani

Prodi/Fakultas

: HESy / Syariah

NPM : 2102022007

Semester / T A

: IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
5-	Selasa 28/10/25	Acc proposal u/uji turnitin d seminar	

Dosen Pembimbing,

Siti Mustaghfirah, M.Phil.
NIP. 198908172019032013

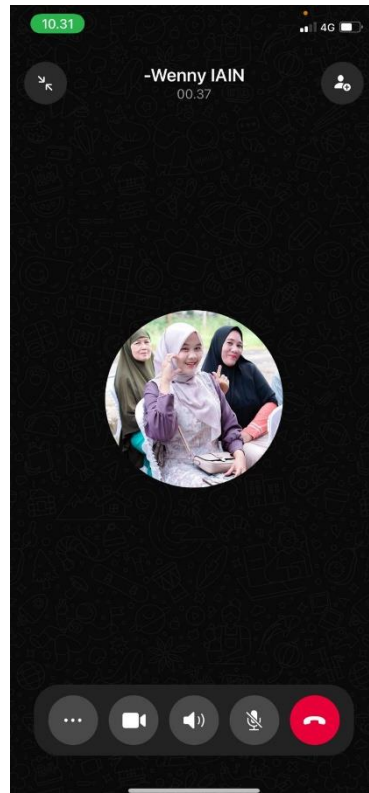
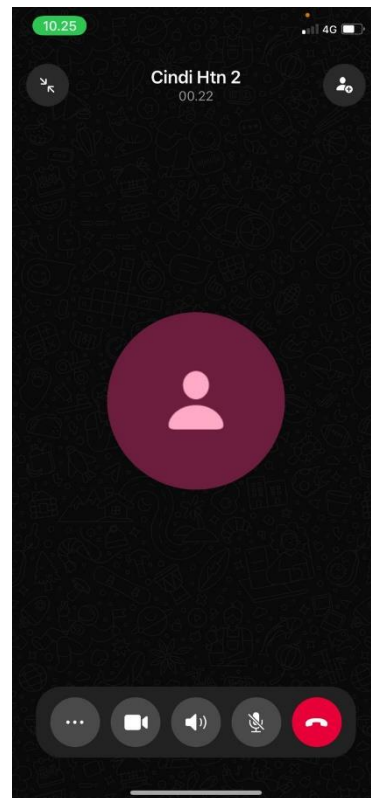
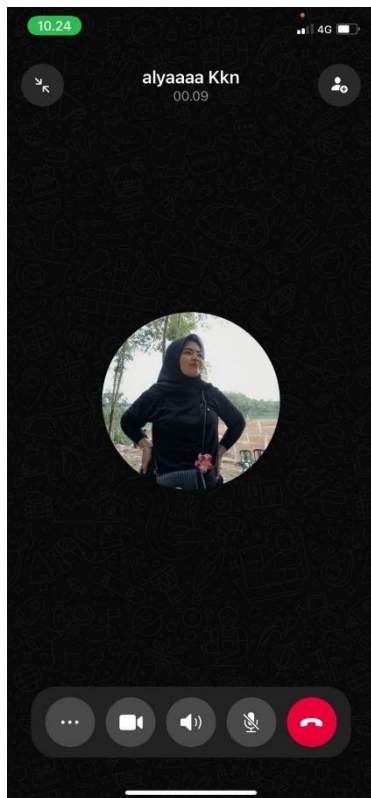
Mahasiswa Ybs,

Wulan Ristiani
NPM. 2102022007

FOTO-FOTO PENELITIAN







RIWAYAT HIDUP



Peneliti ini bernama Wulan Ristiani lahir di Metro pada tanggal 8 Juli 2002, dan saat ini berdomisili di Metro, Kecamatan Metro Pusat, Lampung. Peneliti menempuh pendidikan dasar di SD N 3 Metro Pusat, kemudian melanjutkan ke MTs Tumaninah Yasin Metro, Pendidikan Menengah Atas di selesaikan di SMA Tumaninah Yasin Metro. Selama masa studinya, peneliti aktif berorganisasi, termasuk berpartisipasi dalam Turots Comuntiy UIN jurai siwo lampung, yang memberikan pengalaman berharga.