

Counseling on Wise Behavior in Choosing Safe and Halal Cosmetics for Supporting Healthy Facial Skin

Nurhabibah¹, Nadia Dewi Zafirah², Nayla Siti Agistin³, Nazifa Meyla Rachmat⁴, Zulfa Ziana Azarahra⁵, Shera Putri Apriani⁶, Widya Pramunawati⁷, Novriyanti Lubis^{8*}
1,2,3,4,5,6,7,8 Prodi Farmasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Garut
*E-mail: novriyantilubis@uniga.ac.id

Abstract

Cosmetics are a special need for most women. Their use depends on their needs and skin concerns. Many types of cosmetics on the market are not necessarily safe for use. This counseling aimed to increase public knowledge and awareness about wise behavior in choosing safe and halal cosmetics to support skin health. Activities were conducted in two locations involving respondents through questionnaires. The data collected included knowledge of halal cosmetics, usage behavior, and awareness of product safety and halal labels. The results showed that most respondents had a good understanding of the definition, obligations, and characteristics of halal and safe cosmetics, with percentages above 75% in both locations. However, knowledge of the halal logo on packaging was relatively lower than other indicators. Most respondents already used halal cosmetics with 97.4% in Site 1 and 92.9% in Site 2, and tended to choose affordable products. This counseling highlight the importance of continuous education to strengthen public awareness in selecting halal and safe cosmetics to support skin health and comply with Islamic values.

Keyword: Halal Cosmetics, Health Awareness, Consumer Behavior

Article Info:

Received 19 September 2025
Revised 09 Oktober 2025
Accepted 07 Oktober 2025
Available online 12 November 2025

ISSN : 2745-6951

DOI :

<https://doi.org/10.35899/ijce.v6i4.1129>



Abstrak

Kosmetik menjadi kebutuhan khusus bagi sebagian besar wanita. Penggunaannya tergantung kebutuhan dan sesuai dengan permasalahan kulit. Di Pasaran banyak beredar jenis kosmetik yang belum tentu aman dalam pemakaiannya. Penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai perilaku bijak dalam memilih kosmetik yang aman dan halal guna mendukung kesehatan kulit. Kegiatan penyuluhan dilakukan di dua lokasi dengan melibatkan responden melalui penyebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan mencakup pengetahuan tentang kosmetik halal, perilaku penggunaan, serta kesadaran terhadap keamanan produk dan label halal. Hasil penyuluhan menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pengetahuan yang baik mengenai definisi, kewajiban, dan



[Indonesian Journal of Community Empowerment \(IJCE\)](#) is published under licensed of a CC BY-SA Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

e-ISSN : 2745-6951

DOI : <https://doi.org/10.35899/ijce.v6i4.1129>

ciri-ciri kosmetik halal dan sehat, dengan persentase di atas 75% pada kedua lokasi. Namun, pemahaman tentang logo halal pada kemasan masih relatif rendah dibandingkan indikator lainnya. Sebagian besar responden sudah menggunakan kosmetik halal dengan persentase 97,4% di Lokasi 1 dan 92,9% di Lokasi 2, serta cenderung memilih produk berharga terjangkau. Penyuluhan ini menegaskan pentingnya edukasi berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam memilih kosmetik halal dan aman, sehingga dapat mendukung kesehatan kulit sekaligus sesuai dengan syariat islam

Kata Kunci : Kosmetik Halal, Kesadaran Kesehatan, Perilaku Konsumen

I. PENDAHULUAN

Kosmetik didefinisikan sebagai bahan atau sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh untuk membersihkan, memberi aroma, mengubah penampilan, dan melindungi tubuh. Meskipun demikian, kosmetik tidak dimaksudkan untuk mengobati atau mencegah penyakit [1]. Sebagai pelengkap, perawatan kulit (*skincare*) merupakan serangkaian perawatan khusus yang menggunakan produk tertentu untuk menjaga kesehatan kulit, mengatasi kekurangan nutrisi, serta menangani berbagai masalah kulit seperti kerutan dan kulit kusam. Dengan demikian, *skincare* menjadi solusi praktis untuk memperbaiki dan merawat kondisi kulit secara lebih mendalam [2].

Data terbaru BPOM menunjukkan bahwa jumlah produk kosmetik yang teregistrasi akan mencapai 480.607 pada akhir tahun 2024, melebihi jumlah produk obat atau suplemen kesehatan. Peningkatan ini mencerminkan tingginya permintaan konsumen dan popularitas produk kecantikan di pasar, yang juga berpotensi mendorong peningkatan ekspor produk lokal [3]. Seiring dengan tren tersebut, permintaan global untuk kosmetik halal meningkat pesat, dengan Indonesia menempati posisi kedua dalam belanja kosmetik halal global pada tahun 2018. Penelitian terhadap 100 responden di Jakarta Timur bertujuan mengidentifikasi faktor yang memengaruhi pilihan kosmetik halal di kalangan generasi milenial. Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan halal, kesadaran halal, dan citra merek secara signifikan mendorong milenial di Jakarta Timur untuk memilih kosmetik dengan label Halal MUI [4].

Memilih kosmetik harus dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari risiko kesehatan, seperti hiperpigmentasi dan karsinogen. Cara mudah untuk memastikan keamanan produk adalah dengan menerapkan prinsip KLIK: periksa Kemasan, Label, Izin edar dari BPOM, dan tanggal Kedaluwarsa. Konsumen juga bisa menggunakan aplikasi Cek BPOM untuk memverifikasi produk. Selain itu, penting untuk selalu mempertimbangkan manfaat dan risiko produk, menyesuaikannya dengan jenis kulit, dan tidak mudah terpengaruh iklan yang seringkali menggunakan model dengan kondisi kulit ideal. Prioritas utama dalam memilih kosmetik adalah keamanan dan manfaatnya, bukan sekadar janji dari iklan [5].

Selain aspek keamanan, kosmetik dianggap haram jika mengandung bahan atau turunannya yang terlarang, seperti yang berasal dari hewan. Bahan-bahan umum yang sering digunakan dalam kosmetik dan perlu diperhatikan adalah kolagen dari bagian hewan, gliserin dari lemak hewani, keratin dari hewan atau rambut manusia, dan plasenta dari cairan ketuban hewan atau manusia [6]. Perlu diwaspadai pula kosmetik berbahaya yang merupakan produk



ilegal karena tidak terdaftar di BPOM dan tidak terjamin keamanannya. Ciri-ciri produk berbahaya meliputi kandungan bahan terlarang atau berbahaya, penggunaan di luar batas aman, produk kedaluwarsa, atau label yang menyesatkan. Konsumen dapat mendeteksi produk palsu secara visual dan melalui aroma. Namun, untuk memastikan produk legal dan aman, konsumen wajib memeriksa nomor notifikasi resmi BPOM [7].

Salah satu bahan berbahaya yang dilarang dalam kosmetik adalah merkuri anorganik. Meskipun dapat memutihkan kulit, merkuri sangat beracun dan dapat merusak ginjal, saraf, serta otak, bahkan dalam dosis kecil. Paparan merkuri juga dapat menyebabkan masalah kulit seperti bintik hitam dan iritasi, serta kerusakan permanen pada organ tubuh [8]. Selain itu, hidroquinon adalah zat aktif yang dapat memutihkan kulit dengan menekan produksi melanin. Namun, penggunaannya sangat berbahaya dalam konsentrasi tinggi karena dapat menyebabkan iritasi, peradangan, dan kemerahan, bahkan risiko kanker kulit jika digunakan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, peredarannya diawasi ketat oleh BPOM, dan konsumen harus selalu memeriksa izin edar produk untuk menghindari bahaya tersebut [9].

Selain bahan berbahaya, konsumen juga penting untuk mewaspadaai klaim berlebihan (*overclaim*) yang tidak sesuai dengan kenyataan produk, seperti takaran atau khasiat. Hal ini melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang jujur dan benar tentang produknya [10]. Di sisi lain, penggunaan riasan wajah sering kali dilakukan wanita untuk meningkatkan rasa percaya diri. Riasan membantu mereka merasa lebih menarik dan rapi saat berinteraksi dengan orang lain. Secara psikologis, riasan memiliki dua fungsi utama: fungsi "rayuan" untuk mempercantik dan meningkatkan kepercayaan diri, serta fungsi "kamufase" untuk menyembunyikan ketidaksempurnaan. Fungsi kamufase ini membantu wanita merasa lebih nyaman dan secara positif memengaruhi suasana hati serta interaksi sosial mereka [11].

Dalam konteks agama, penggunaan perhiasan dan kosmetik bagi wanita diperbolehkan dalam Islam selama tujuannya benar dan tidak melanggar syariat. Berhias hukumnya mubah (diperbolehkan), termasuk menggunakan wewangian, celak, gincu, dan bedak, selama tidak ada larangan khusus terhadap jenis perhiasan tersebut. Namun, wanita tidak boleh merias diri secara berlebihan saat berduka atas meninggalnya suami [12]. Bagi konsumen muslim, kosmetik berlabel halal dianggap aman karena tidak mengandung bahan terlarang seperti babi, merkuri, atau alkohol. Untuk memastikan keamanan dan kualitas produk, konsumen disarankan untuk memeriksa sertifikat halal dari LPPOM MUI dan nomor izin edar BPOM. Hal ini penting untuk memastikan produk yang digunakan benar-benar aman, berkualitas, dan tidak membahayakan [13].

Penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai perilaku bijak dalam memilih kosmetik yang aman dan halal, serta untuk mengetahui tingkat pemahaman konsumen terkait definisi, kewajiban, ciri-ciri, dan label halal pada produk kosmetik.

II. METODE

Penyuluhan ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan melalui kegiatan penyuluhan di dua lokasi berbeda. Lokasi pertama di pengajian Masjid Sabilul Huda. Jln. Cimanuk, Kp. Pedes, Rt.01/Rw.01, Garut. Lokasi ke 2 di Majelis Ta'lim At-Taufiq Jl.Cipanas Kp.Cirandeg Desa Langensari Kec.Tarogong Kaler Garut. Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada responden mengenai



pengetahuan kosmetik halal, perilaku penggunaan kosmetik, serta kesadaran terhadap keamanan produk. Data kemudian dianalisis secara deksriptif untuk melihat perbandingan tingkat pengetahuan dan perilaku antara kedua lokasi. Variabel yang diukur meliputi pemahaman definisi kosmetik halal, kewajiban halal dan sehat, ciri-ciri kosmetik halal dan sehat, serta pengetahuan tentang logo halal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam Upaya memahami lebih jauh dampak penyuluhan yang telah dilakukan, data hasil kuesioner dianalisis dan disajikan dalam bentuk tabel. Tabel ini memuat beberapa indikator utama yang berkaitan dengan pengetahuan responden tentang kosmetik halal, seperti definisi, kewajiban, ciri-ciri, dan logo halal pada kemasan. Penyajian data ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat pemahaman masyarakat di dua lokasi penyuluhan, sekaligus menjadi dasar untuk melihat aspek mana yang sudah baik dan bagian mana yang masih perlu ditingkatkan seperti yang terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Pengetahuan Tentang Kosmetik Halal

No	Pertanyaan	Lokasi 1	Lokasi 2
1	Definisi kosmetik halal	84,6%	60,7%
2	Kewajiban Kosmetik harus halal dan Sehat	89,7%	82,1%
3	Ciri-ciri kosmetik Halal dan Sehat	78,9%	75%
4	Warna logo kosmetik halal di kemasan	69%	78,6%

Tabel 2. Perilaku Mengenai Pemakaian Kosmetik

No	Pertanyaan	Lokasi 1	Lokasi 2
1	Menggunakan kosmetik di pagi hari	43,6%	67,1%
2	Memakai kosmetik atau skincare di malam hari	33,3%	42,9%
3	Kosmetik yang digunakan halal	97,4%	92,9%
4	Anggaran membeli skincare		
	Kurang Rp 100.000,00	89,7%	82,1%
	Rp 100.000,00 – Rp 250.000,00	7,7%	14,3%
	Lebih Rp 250.000,00	2,6%	3,6%
5	Permasalahan kulit wajah		
	Mulai berkerut	46,7%	46,4%
	Flek	28,2%	46,9%
	Jerawat	7,7%	3,6%
	Kantung mata	15,4%	3,6%

Pembahasan

1. Definisi Kosmetik Halal

Hasil survei menunjukkan bahwa pemahaman tentang definisi kosmetik halal cukup tinggi di Lokasi 1 yaitu sebesar 84,6% dibandingkan Lokasi 2 sebesar 60,7%. Hal ini



menunjukkan bahwa responden di Lokasi 1 lebih memahami dasar konsep kosmetik halal. Menurut Kusumawardhani 2023, kosmetik didefinisikan sebagai bahan atau sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh untuk membersihkan, memberi aroma, mengubah penampilan, dan melindungi tubuh. Meskipun demikian, kosmetik tidak dimaksudkan untuk mengobati atau mencegah penyakit [1]. Sementara itu, dalam konteks halal, kosmetik dianggap aman jika tidak mengandung bahan terlarang, seperti babi, atau alkohol. Keamanan dan kualitas produk dapat dipastikan dengan memeriksa sertifikat halal dari LPPOM MUI dan nomor izin edar BPOM. Pemeriksaan tersebut penting untuk memastikan produk yang digunakan aman, berkualitas, dan tidak membahayakan [13].

2. Kewajiban Kosmetik Harus Halal dan Sehat

Pemahaman mengenai kewajiban kosmetik harus halal dan sehat memiliki persentase tertinggi pada kedua lokasi, di mana Lokasi 1 dengan persentase 89,7% dan Lokasi 2 82,1%. Ini menunjukkan kesadaran yang baik bahwa halal tidak hanya menyangkut aspek syariat, tetapi juga kesehatan. Menurut fatwa MUI, kosmetik halal wajib memenuhi kriteria seperti tidak menggunakan bahan haram, tidak mengandung alkohol, serta diproduksi secara higienis [14]. Selain itu, produk harus mendapat sertifikat halal dari LPPOM MUI dan izin edar dari BPOM untuk menjamin keamanan [13]. Prinsip KLIK (Kemasan, Label, Izin edar dan Kedaluwarsa) juga menjadi pedoman praktis untuk memastikan halal sekaligus aman digunakan [5].

3. Ciri-ciri Kosmetik Halal dan Sehat

Hasil survei menunjukkan bahwa pengetahuan responden terkait ciri-ciri kosmetik halal dan sehat relatif tinggi, yaitu 78,9% di Lokasi 1 dan 75% di Lokasi 2. Ciri-ciri kosmetik halal dan sehat dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, bahan yang digunakan tidak berasal dari hewan atau manusia yang dilarang, misalnya kolagen, gliserin, keratin, atau plasenta [6]. Kedua, produk harus bebas dari bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon dalam konsentrasi tinggi, maupun pewarna sintesis berbahaya [8][9][15]. Ketiga, adanya nomor izin edar BPOM menjadi indikator penting bahwa produk sudah lolos uji keamanan [7][13]. Dengan memahami ciri-ciri ini, konsumen dapat terhindar dari risiko kesehatan seperti iritasi, hiperpigmentasi, bahkan kanker kulit.

4. Warna Logo Kosmetik Halal di Kemasan

Label pada kemasan kosmetik memiliki peran penting karena wajib mencantumkan berbagai informasi, seperti nama produsen, negara asal, isi bersih, tanggal kedaluwarsa atau masa pakai setelah dibuka, serta nomor batch produk. Selain itu, label juga harus menjelaskan fungsi produk, peringatan khusus, dan daftar bahan yang terkandung di dalamnya, termasuk zat tambahan. Fungsi utama dari label ini adalah memberikan informasi yang transparan dan lengkap kepada konsumen, meliputi cara penggunaan, keamanan, dan rincian lain yang memungkinkan produk dilacak jika suatu saat terjadi masalah. Dengan demikian, keberadaan label menjadi aspek penting dalam menjamin keselamatan dan hak konsumen [16].

Selain label umum, logo halal juga merupakan bagian penting dari informasi pada kemasan kosmetik. Tingkat pengetahuan responden mengenai warna logo halal masih relatif rendah dibandingkan indikator lainnya, Lokasi 1 dengan hasil 69% dan Lokasi 2 78,6%. Padahal logo halal merupakan salah satu penanda penting untuk memastikan produk sesuai



dengan ketentuan syariat. Logo halal MUI memiliki desain dan warna tertentu yang wajib dicantumkan di kemasan sebagai bentuk jaminan kehalalan produk [13]. Menurut MUI, konsumen Muslim sebaiknya selalu memeriksa keberadaan logo halal serta mencocokkannya dengan sertifikasi resmi untuk menghindari produk palsu atau ilegal. Hal ini penting mengingat banyak kosmetik beredar tanpa izin edar resmi atau menggunakan klaim palsu [7][10].

5. Menggunakan Kosmetik di Pagi Hari

Sebanyak 43,6% responden di Lokasi 1 dan 67,1% di Lokasi 2 menggunakan kosmetik di pagi hari. Hal ini sejalan dengan fungsi kosmetik yang umumnya dipakai untuk mempercantik penampilan, meningkatkan rasa percaya diri, serta memberikan kesan rapi saat berinteraksi dengan orang lain [1][11]. Riasan wajah sendiri memiliki fungsi estetika sekaligus “kamufase” untuk menutupi kekurangan kulit seperti noda atau flek, sehingga pengguna merasa lebih nyaman dalam kegiatan sehari-hari [11].

Salah satu produk kosmetik yang penting digunakan di pagi hari adalah tabir surya. Tabir surya atau yang biasa orang sebut dengan *sunscreen* merupakan produk topikal yang mengandung filter UV untuk melindungi kulit dari radiasi matahari dengan cara menyerap, memantulkan, atau menyebarkan sinar UVA dan UVB agar tidak merusak kulit. Menurut *National Cancer Institute*, *sunscreen* dapat melindungi dari penuaan dini, kulit terbakar, dan kanker kulit [17]. *Sunscreen* sendiri terbagi menjadi dua jenis: *organic (chemical)*, yang menyerap sinar UV, dan *non-organic (physical)*, yang memantulkannya. Tingkat perlindungan *sunscreen* diukur dengan SPF, di mana semakin tinggi SPF maka semakin baik dan lama perlindungannya. Untuk hasil yang optimal, *sunscreen* sebaiknya digunakan 15-30 menit sebelum beraktivitas di luar ruangan dan oleskan kembali secara berkala [18]. Kepatuhan dalam penggunaan *sunscreen* setiap hari terbukti signifikan dalam menurunkan risiko melanoma invasif, dengan hanya 11 kasus pada kelompok pengguna rutin dibandingkan 22 kasus pada kelompok yang tidak menggunakannya. Temuan ini, yang didukung oleh tinjauan sistematis, menegaskan bahwa penggunaan *sunscreen* dapat menurunkan insiden kanker kulit, baik melanoma maupun non-melanoma [19].

Namun, meskipun *sunscreen* memberikan banyak manfaat, tidak semua produk yang beredar aman. Menurut penelitian, *sunscreen* berbahaya memiliki beberapa ciri, antara lain kemasan tidak terdaftar resmi, klaim SPF palsu, dan kandungan bahan berbahaya seperti paraben dan oksibenzon yang dapat menimbulkan alergi dan iritasi. BPOM di Indonesia bahkan menemukan produk palsu yang mengklaim SPF 50 padahal hasil uji menunjukkan hanya SPF 2, yang tentu meningkatkan risiko kulit terbakar dan kanker. Walaupun secara umum *sunscreen* dapat melindungi hingga 75% dari paparan sinar matahari, keberadaan produk palsu atau yang mengandung bahan berbahaya justru berpotensi membahayakan kulit. Oleh sebab itu, sangat penting bagi konsumen untuk memastikan produk yang digunakan asli dan terjamin keamanannya [20].

6. Memakai Kosmetik atau Skincare di Malam Hari

Penggunaan kosmetik atau *skincare* di malam hari dilakukan oleh 33,3% responden di Lokasi 1 dan 42,9% di Lokasi 2. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian responden sudah menyadari pentingnya perawatan kulit (*skincare*) sebagai langkah menjaga kesehatan kulit



kusam [2]. Namun, perhatian juga perlu diberikan pada krim malam yang kadang mengandung bahan berbahaya seperti merkuri atau hidrokuinon dalam dosis tinggi. Jika digunakan tanpa pengawasan, bahan tersebut bisa menimbulkan risiko kesehatan serius meskipun efek instan seperti pemutihan kulit terlihat menarik [15][21].

7. Kosmetik yang Digunakan Sudah Halal

Mayoritas responden di kedua lokasi menyatakan kosmetik yang mereka gunakan sudah halal dengan hasil 97,4% di Lokasi 1 dan 92,9% di lokasi 2. Hal ini mencerminkan kesadaran yang tinggi akan pentingnya label halal, mengingat kosmetik halal dianggap aman karena tidak mengandung bahan terlarang seperti babi, alkohol, atau turunan hewani yang tidak sesuai syariat [6][13]. Tren global juga menunjukkan meningkatnya permintaan kosmetik halal, di mana Indonesia menempati posisi kedua dalam belanja kosmetik halal dunia pada tahun 2018 [4].

8. Anggaran Membeli Skincare

Sebagian besar responden mengeluarkan anggaran kurang dari Rp 100.000,00 untuk *skincare* dengan persentase di Lokasi 1 yaitu 89,7% dan di Lokasi 2 yaitu 82,1%, sedangkan hanya sedikit yang mengalokasikan dana lebih dari Rp 250.000,00. Hal ini menunjukkan kecenderungan konsumen memilih produk terjangkau. Meski begitu, ada persepsi bahwa harga yang lebih tinggi mencerminkan kualitas lebih baik (*heuristic* harga-kualitas), walaupun kenyataannya harga tidak selalu berbanding lurus dengan mutu [22]. Selain itu, penelitian lain menyebut perempuan Indonesia sering memilih kosmetik alami karena pertimbangan harga, kualitas, kepedulian lingkungan, serta faktor emosional pribadi [23].

9. Permasalahan Kulit Wajah

Permasalahan kulit yang paling banyak dikeluhkan responden adalah kerutan dengan persentase 46,7% di Lokasi 1 dan 46,6% di Lokasi 2, diikuti flek dengan persentase 28,2% di Lokasi 1 dan 46,9% di Lokasi 2, jerawat dengan persentase 7,7% di Lokasi 1 dan 3,6% di Lokasi 2, serta kantung mata dengan persentase 15,4% di Lokasi 1 dan 3,6% di Lokasi 2. Faktor penyebab kerutan dan penuaan kulit dapat bersifat intrinsik (alami karena usia) maupun ekstrinsik (polusi, paparan sinar UV, gaya hidup) [24]. Penelitian yang dilakukan oleh Fowler et. Al. 2021 menyatakan bahwa mengonsumsi almond dapat mengurangi kedalaman kerutan wajah. Efek ini disebabkan oleh kombinasi vitamin E, polifenol, dan asam lemak tak jenuh ganda dalam almond yang melindungi kulit dari stres oksidatif. Ini menunjukkan bahwa makanan sehari-hari dapat memberikan manfaat signifikan bagi kesehatan kulit [25]. Masalah flek sering berkaitan dengan hiperpigmentasi atau melasma yang dipicu oleh paparan sinar matahari maupun penggunaan kosmetik tertentu [26][27]. Jerawat, yang umumnya muncul pada usia muda, bisa memicu hiperpigmentasi pascainflamasi jika tidak ditangani dengan baik [26].

Sementara itu, kantung mata biasanya muncul karena faktor kelelahan atau penuaan kulit yang berkurang elastisitasnya [24]. Upaya perawatan dapat dilakukan dengan *skincare* aman [2], penggunaan tabir surya [17][19], masker alami seperti bengkoang [28][29], hingga metode modern seperti *fractional radiofrequency* untuk mengurangi kerutan [30], [31]. Pelaksanaan penyuluhan juga memberikan pengetahuan kepada para ibu-ibu bagaimana



mengecek apakah kosmetik yang digunakan sudah pasti bersertifikat halal, melalui aplikasi tertentu. Kegiatan penyuluhan seperti yang terdapat pada gambar 1 dan gambar 2.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Penyuluhan di Lokasi 1





Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan di Lokasi 2

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang baik mengenai kosmetik halal dan aman, meskipun pemahaman tentang logo halal pada kemasan masih relatif rendah. Mayoritas responden sudah menggunakan kosmetik halal dengan harga terjangkau dan memiliki kesadaran terhadap pentingnya keamanan serta kehalalan produk. Permasalahan kulit yang banyak dialami adalah kerutan, flek, jerawat, dan kantung mata. Saran dari penyuluhan ini, diperlukan edukasi berkelanjutan mengenai pemilihan kosmetik halal dan aman sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan mendukung kesehatan kulit.

V. REFERENSI

- [1] A. R. Kusumawardhani, "Definisi dan Regulasi Kosmetik di Indonesia," *Journal of Pharmaceutical and Sciences*, Vol. 6, No. 3, Pp. 45–52, 2023.
- [2] R. Mahmudah *et al.*, "Sosialisasi Penggunaan Skincare dan Kosmetik yang Aman dan Tepat bagi Remaja di Pondok Tahfidz Abdurrahman bin Auf Kendari," *Mosiraha: Jurnal Pengabdian Farmasi*, Vol. 1, No. 3, Pp. 55–60.
- [3] Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), "Data Produk Teregistrasi Kosmetik Indonesia," Jakarta: BPOM.
- [4] B. Sholikhah, R. Fitri, and Y. Mahanani, "Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal MUI pada Generasi Millennial," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2, No. 2, P. 193, Jan. 2021, Doi: [10.31000/almaal.v2i2.3754](https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3754).
- [5] D. Kartika, W. Safutri, and T. Miftausakina, "Edukasi Kosmetika yang Aman bagi Generasi Milenial," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ungu(ABDI KE UNGU)*, Vol. 4, No. 3, Pp. 178–182, Dec. 2022, Doi: [10.30604/abdi.v4i3.759](https://doi.org/10.30604/abdi.v4i3.759).



- [6] I. Masitoh, “Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim, dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik),” *Journal Transformation of Mandalika*, Vol. 3, No. 2, 2022.
- [7] Peraturan Kepala BPOM RI, *Tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika*. 2011.
- [8] S. Indriaty, N. R. Hidayati, and A. Bachtiar, “Bahaya Kosmetika Pemutih yang Mengandung Merkuri dan Hidroquinon serta Pelatihan Pengecekan Registrasi Kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon,” *Jurnal Surya Masyarakat*, Vol. 1, No. 1, P. 8, Nov. 2018, Doi: [10.26714/jsm.1.1.2018.8-11](https://doi.org/10.26714/jsm.1.1.2018.8-11).
- [9] BPOM RI, “Bahaya Penggunaan Hidrokuinon dalam Kosmetik: Dampak Kesehatan dan Regulasi Penggunaannya di Indonesia,” *InfoPOM Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia*, Vol. 19, No. 2, Pp. 45–52, 2018.
- [10] S. Saraswati Akbar, N. Safitri, F. Mutaqin, and M. Sakti, “Pertanggungjawaban Hukum Owner Skincare terkait Overclaim pada Produk Kecantikan Legal Liability of Skincare Owners Regarding Overclaim on Beauty Products,” *Forschungsforum Law Journal*, Vol. 2, No. 1, Pp. 81–95, 2025.
- [11] Sari, D. Putri, Lidya, and Yuliana, “Kandungan Hidrokuinon pada Krim Pemutih yang Beredar di Kota Bengkulu,” *Jurnal Farmasi Dan Ilmu Kefarmasian Indonesia*, Vol. 9, No. 1, Pp. 64–70, 2022.
- [12] A. Faruqi, L. Maghfirah, I. Z. Fitriah, Almudassirun, and Rudianto, “Etika Berhias Bagi Wanita Menurut Al-Qur’an Surah Al-Ahzab Ayat: 33.,” *Laporan Penelitian, STIQNIS Karangcempaka Bluto Sumenep*, 2020.
- [13] D. Intansari, “Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Kalangan Model Hijabers di Kota Surabaya),” 2017.
- [14] P. Romadhani, A. A. Putra, N. Indriyani, and E. Lestariyanti, “Persepsi, Perilaku dan Keputusan Terhadap Penggunaan Produk Sunscreen Berlabel Halal: Studi Eksplorasi pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang,” in *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nov. 2022.
- [15] P. Sephia, E. Farpina, and D. I. Yusran, “Gambaran Kadar Merkuri (Hg) pada Night Cream yang Dijual di Pasar Kecamatan Samarinda Seberang,” *Sains Medisina*, Vol. 2, No. 1, Pp. 1–5, 2023.
- [16] N. Lionetti and L. Rigano, “Labeling of Cosmetic Products,” *Cosmetics*, Vol. 5, No. 1, P. 22, Mar. 2018, Doi: [10.3390/cosmetics5010022](https://doi.org/10.3390/cosmetics5010022).
- [17] H. Salih, C. Psomadakis, and S. M. C. George, “Sunscreens: A Narrative Review,” *Skin Health and Disease*, Vol. 4, No. 6, Dec. 2024, Doi: [10.1002/ski2.432](https://doi.org/10.1002/ski2.432).



- [18] A. Sulistiyowati, Y. Yushardi, and S. Sudarti, "Potensi Keberagaman SPF (Sun Protection Factor) Sunscreen terhadap Perlindungan Paparan Sinar Ultraviolet Berdasarkan Iklim di Indonesia," *Jurnal Bidang Ilmu Kesehatan*, Vol. 12, No. 3, Pp. 261–269, Sep. 2022, Doi: [10.52643/jbik.v12i3.2196](https://doi.org/10.52643/jbik.v12i3.2196).
- [19] A. C. Green, G. M. Williams, V. Logan, and G. M. Strutton, "Reduced Melanoma After Regular Sunscreen Use: Randomized Trial Follow-Up," *Journal of Clinical Oncology*, Vol. 29, No. 3, Pp. 257–263, Jan. 2011, Doi: [10.1200/JCO.2010.28.7078](https://doi.org/10.1200/JCO.2010.28.7078).
- [20] M. M. Firdaus, Sudarti, and Yushardi, "Analisis Pencegahan Paparan Radiasi Sinar Ultraviolet oleh Matahari Menggunakan Sunscreen untuk Skin Barrier," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 8, No. 2, Pp. 23321–23329, 2024.
- [21] Fasya and S. Puspa, "Analisis Kadar Hidrokuinon dalam Skincare dengan Bentuk Sediaan Krim Malam yang Beredar di Magelang dengan Metode Spektrofotometri UV," *Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Magelang*, 2024.
- [22] J. Kurz, E. Efendić, and C. Goukens, "Pricey Therefore Good? Price Affects Expectations, But Not Quality Perceptions and Liking," *Psychol Mark*, Vol. 40, No. 6, Pp. 1115–1129, Jun. 2023, Doi: [10.1002/mar.21799](https://doi.org/10.1002/mar.21799).
- [23] S. A. Syahrul and L. Mayangsari, "A Study of Motives in Choosing Natural Cosmetics Among Indonesian Women," *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, Vol. 5, No. 8, Pp. 60–71, 2020.
- [24] O. Lestyaning Ratri, T. Gusti Ebtavanny, and O. Eka Puspita, "Systematic Literature Review: Efektivitas Ekstrak Kopi sebagai Antioksidan dalam Mengatasi Photoaging," *Pharmaceutical Journal of Indonesia*, Vol. 7, No. 1, Pp. 55–62, Dec. 2021, Doi: [10.21776/ub.pji.2021.007.01.9](https://doi.org/10.21776/ub.pji.2021.007.01.9).
- [25] J. Fowler, E. Protsenko, and C. R. Smidt, "Almond Consumption and Facial Wrinkles: A Randomized Controlled Trial in Postmenopausal Women," *Nutriens*, Vol. 13, No. 2, P. 387, 2021.
- [26] L. D. Rahmawati, D. R. Suryawati, and H. Pratiwi, "Pilihan Terapi Hiperpigmentasi Pascainflamasi pada Kulit Berwarna," *Jurnal Berkala Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin*, Vol. 29, No. 3, 2017.
- [27] A. Asditya and H. Sukanto, "Profile of Melasma Patients: A Retrospective Study," *Jurnal Berkala Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin (BIKK)*, vol. 29, no. 3, 2017.
- [28] A. Yuliana, I. Rahmiayani, A. Pebiansyah, and R. R. Shaleha, "Sosialisasi dan Edukasi Penggunaan Skincare Berbahan Alami untuk Perawatan Kulit Wajah di PC PERSISTRI Tawang Kota Tasikmalaya," *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 13, No. 4, Pp. 670–674, Dec. 2022, Doi: [10.26877/e-dimas.v13i4.11576](https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i4.11576).



- [29] N. Putri Citra Kartika Sar, “Pengaruh Proporsi Pati Bengkuang dan Tepung Kentang Terhadap Hasil Jadi Masker Untuk Perawatan Kulit Wajah Flek Hitam Bekas Jerawat,” *Jurnal Tata Rias*, Vol. 4, No. 1, 2015.
- [30] A. Kang and S. Kilmer, “Clinical Evaluation of Fractional Radiofrequency for the Treatment and Reduction of Wrinkles: A Prospective Study,” *Journal of Drugs in Dermatology*, Vol. 21, No. 1, Pp. 43–48, Jan. 2022, Doi: [10.36849/JDD.6492](https://doi.org/10.36849/JDD.6492).
- [31] N. A. Hamdani, N. Widiasih, I. R. Gumilar, and ..., “Promotion and experiential marketing on purchasing decisions mediated by e-WOM in coffee SMEs,” *J. East. ...*, 2023, [Online]. Available: <https://ieeca.org/journal/index.php/JEECAR/article/view/1512>.

