



Potensi Industri Makeup Syar'i di Indonesia: Kajian Literatur atas Kehalalan Bahan, Permeabilitas Air, dan Prinsip *Maqasid Syariah*

Vrisko Putra Vachruddin¹, Vivin Nur Ainiyah¹

¹Universitas Maarif Hasyim Latif,
Jl. Raya Ngelom Megare No.30, Ngelom, Kec. Taman, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61257

*)Corresponding author: vrisko.vachruddin@dosen.umaha.ac.id

(Received: June 01, 2026; Accepted: September 31, 2026)

Abstrak

Industri kosmetik di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya jumlah pembeli, berkembangnya merek lokal, serta meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya penggunaan produk yang halal dan aman. Dalam konteks masyarakat Muslim, kosmetik tidak hanya dipandang dari aspek estetika, tetapi juga dari kesesuaian bahan yang halal, keamanan penggunaan, serta implikasinya terhadap pelaksanaan ibadah, khususnya wudhu (*wudhu-friendly*). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi pengembangan produk makeup syar'i di Indonesia melalui pendekatan studi literatur. Fokus utama kajian meliputi kehalalan bahan, permeabilitas air, serta penerapan prinsip maqasid syariah dalam pengembangan produk kosmetik. Hasil kajian menunjukkan bahwa industri *makeup syar'i* memiliki peluang besar untuk berkembang. Hal ini didukung oleh penguatan regulasi sertifikasi halal, dominasi populasi Muslim, ketersediaan sumber daya bahan alami lokal, serta meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk halal. Terdapat sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan saat menjadi konsumen produk kosmetik. Ada beberapa bahan kosmetik yang masih berada dalam kategori kritis dari perspektif kehalalan. Klaim produk yang bersifat water-permeable atau ramah terhadap wudu memerlukan pembuktian ilmiah yang valid dan terstandardisasi. Rendahnya tingkat literasi sebagian konsumen terkait perbedaan antara kosmetik halal, aman, dan *wudhu-friendly* juga menjadi kendala dalam pengembangan industri ini. Dengan demikian, diperlukan sinergi antara produsen, regulator, lembaga sertifikasi MUI, akademisi, dan konsumen untuk mendorong pengembangan industri *makeup syar'i* yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga memenuhi prinsip kehalalan, kesehatan, keberlanjutan, dan kemaslahatan.

Kata Kunci: Kosmetik Halal; Makeup Syar'i; Permeabilitas Air; Maqasid Syariah; Sertifikasi Halal.

Abstract

Potential of the Sharia Makeup Industry in Indonesia: Literature Review on Halal Ingredients, Water Permeability, and Syariah Maqasid Principles. Indonesia's cosmetics industry has grown significantly, driven by an increasing number of buyers, the rise of local brands, and heightened consumer awareness of the importance of halal, safe products. In the Muslim context, cosmetics are evaluated not only for aesthetic appeal but also for halal compliance, ingredient safety, and

their impact on religious practices, particularly wudhu (Wudhu-friendly products). This study explores the potential for developing Sharia-compliant makeup products in Indonesia through a literature review. The research focuses on halal ingredient certification, water permeability, and applying Sharia principles in cosmetic product development. The findings indicate significant growth potential for the Sharia-compliant makeup industry, supported by strengthened halal certification regulations, the dominant Muslim population, abundant local natural ingredient resources, and increasing consumer preference for halal products. Several challenges remain when consuming cosmetic products. Certain cosmetic ingredients remain classified as critical from a halal perspective. Claims regarding products' water-permeability or suitability for wudhu require valid, standardized scientific evidence. Limited understanding among some consumers of the differences between halal, safe, and wudhu-friendly cosmetics also hinders industry development. Therefore, synergy among manufacturers, regulators, the MUI certification body, academics, and consumers is essential to advance the Sharia-compliant cosmetics industry one that is not only competitive but also adheres to halal standards, promotes health, ensures sustainability, and serves public welfare.

Keywords: Halal Cosmetics; Syariah Makeup; Water Permeability; Sharia Objectives; Halal Certification

How to Cite This Article: Vachruddin, V. P., & Ainiyah, V. N. (2026). Potensi Industri Makeup Syar'i di Indonesia: Kajian Literatur atas Kehalalan Bahan, Permeabilitas Air, dan Prinsip Maqasid Syariah. Indonesian Journal of Halal, 9(1). <https://doi.org/10.14710/halal.v9i1.32550>

PENDAHULUAN

Bahan kosmetik adalah setiap konstituen yang berasal dari tumbuhan, tanah, air, hewan yang diizinkan disembelih menurut hukum Islam, hewan laut yang dianggap halal, dan bahan sintetis yang aman bagi konsumen dan tidak tercemar dengan kotoran najis (Sugibayashi et al., 2019). Penelitian tersebut juga menyoroti bahan kritis kosmetik seperti *kolagen*, *gelatin*, *gliserin*, dan turunan hewani yang sumbernya perlu diverifikasi kehalalannya. Permeabilitas air berkaitan dengan klaim *wudhu-friendly* dan keabsahan wudhu. Kosmetik ramah wudu dari perspektif fikih. Sugibayashi et al., (2019) juga menjelaskan dengan jelas kesadaran wudhu dan makna wudhu, serta pilar dan kondisi ritual pembersihan umat Islam, yang dikenal sebagai wudu, para peneliti sekarang akan melihat arti *wudhu friendly* (Abdullah et al., 2022).

Konsumen, produsen, dan pengecer produk kosmetik dapat menerapkan konsep *Maqasid Syariah* untuk mencegah penyebaran produk kosmetik berbahaya di pasar. *Maqasid daruriyyat* atau *maqasid ammah* digunakan sebagai dasar dan tolok ukur untuk mencegah

zat berbahaya dalam produk kosmetik, serta memastikan bahwa pemilihan dan pembuatan produk kosmetik sesuai dengan hukum *Syariah* dan prinsip *halalan thayyiban*. Tujuan utama teks syariat adalah maqasid ammah. Pemilihan dan penggunaan produk kosmetik kini dianggap sebagai salah satu hal dasar (*dharuriyyah*), yang juga mencakup kepedulian terhadap pelestarian jiwa (kehidupan), pelestarian pikiran (psikologi), dan pelestarian harta benda (kehormatan). Konsumen harus memilih produk kosmetik yang aman, halal, dan mematuhi norma *Syariah* (Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), 2023). Penerapan *maqasid syariah* sebagai dasar etis untuk menilai manfaat, keamanan, dan keberlanjutan industri kosmetik halal.

Peluang industri *makeup syar'i* cukup besar, Industri kosmetik ini masih menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan strategi pengembangan yang tepat. Sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan struktural dari sisi teknis. Tantangan pada kompleksitas rantai pasok bahan kosmetik terdapat banyak bahan aktif, pewarna, pelarut, emolien, dan pengawet

berasal dari industri global sehingga status kehalalannya tidak dengan Pengembangan formulasi kosmetik halal harus dimulai dengan bahan-bahan yang tidak diragukan lagi berasal dari halal. Penggunaan bahan-bahan "kritis" yang bersumber dari alternatif (etanol, kolagen yang berasal dari ikan, gelatin yang berasal dari ayam) harus diakui hanya jika dokumen sertifikasi halal yang sesuai disajikan. Bahan penting lainnya dengan status sertifikasi halal yang belum diverifikasi tidak direkomendasikan untuk digunakan dalam pembuatan kosmetik halal. Pembuatan produk kosmetik halal harus dilakukan sesuai dengan cGMP dan standar mutu lainnya untuk menjamin kualitas dan keamanan produk (Sugibayashi et al., 2019).

Produk kosmetik juga membahas bahan permeabilitas air (*water permeability*) yang berkaitan kandungan bahan kosmetik yang *waterproff*, sedangkan untuk umat muslim pada penggunaan kosmetik harus bisa menyerap kulit saat berwudhu *non waterproff*. Klaim bahwa suatu produk bersifat *wudhu-friendly* tidak cukup hanya berdasarkan promosi atau pengalaman pengguna, tetapi memerlukan pengujian laboratorium untuk membuktikan apakah air benar-benar dapat menembus lapisan kosmetik hingga ke permukaan kulit. Bahan kosmetik *waterproof* menunjukkan bahwa kosmetik yang tahan air tidak bisa dipergunakan saat beribadah hal berkesinambungan dengan selama suatu produk membentuk lapisan yang menghalangi air, maka ia berstatus sebagai hajib dan berdampak pada keabsahan wudu (Syarifan, 2025)

Wudhu mengacu pada ritual pembersihan yang dilakukan umat Islam sebelum sholat mereka. Agar item produk *makeup* ramah *wudhu*, air harus bisa mencapai kulit (Fadil et al., 2026). Oleh sebab itu, pengembangan industri *makeup syar'i* memerlukan penguatan sistem pelacakan bahan baku kosmetik, standardisasi sertifikasi halal MUI, serta pengujian ilmiah berbasis laboratorium untuk memastikan keamanan, kehalalan, dan kompatibilitas produk dengan praktik ibadah.

Jika kualitas produk tidak memenuhi ekspektasi, label *syar'i* saja tentu tidak cukup untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Pelaku industri perlu mengembangkan langkah-langkah strategis yang terintegrasi. Langkah yang dapat dilakukan adalah memperkuat riset dan pengembangan bahan halal, terutama bahan lokal berbasis tanaman di Indonesia. Pelaku industri dapat bekerja sama dengan lembaga sertifikasi dan laboratorium untuk memastikan klaim halal serta *klaim water-permeable* dapat dipertanggungjawabkan. Peningkatan transparansi informasi produk melalui label yang jelas, edukasi digital, dan kanal layanan pelanggan. Pembangunan branding yang tidak hanya religius, tetapi juga modern, ilmiah, inklusif, dan berkualitas. Mengacu pada data Statista.com, pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia diprediksi mencapai 4,86 persen per tahun pada periode 2024-2029. Pasar yang bertumbuh ini merupakan potensi yang harus dimanfaatkan pelaku usaha kosmetik di Indonesia," ujar Faisol, dilansir siaran pers Kemenperin, Rabu (30/1/2024). Kementerian Perindustrian (Kemenperin) terus berkomitmen dalam mendorong pelaku industri kecil dan menengah (IKM). Pada tahun 2024, ekspor produk kosmetik Indonesia tercatat mencapai USD 410,7 juta, dengan negara tujuan ekspor utama yaitu Singapura, Malaysia, dan Thailand. Di sisi lain, industri obat tradisional menunjukkan kinerja ekspor yang menjanjikan. Sepanjang tahun 2024, nilai ekspornya mencapai USD 6,9 juta dengan pasar utama di Taiwan, Malaysia, dan Filipina. Secara struktural, sektor ini didominasi oleh pelaku industri berskala kecil dan menengah. Berdasarkan data tahun 2024, terdapat 1.292 industri kosmetik di Indonesia, di mana 89% merupakan IKM. Sementara itu, dari 1.043 industri obat tradisional, 86% juga merupakan IKM. Perkembangan ini menunjukkan bahwa kosmetik bukan lagi sekadar produk pelengkap gaya hidup, melainkan bagian dari sektor ekonomi kreatif dan manufaktur yang memiliki nilai strategis. Di tengah pertumbuhan tersebut, kosmetik halal menjadi

salah satu segmen yang semakin penting. Indonesia memiliki basis konsumen Muslim yang besar, sehingga permintaan terhadap produk yang aman, halal, dan sesuai dengan nilai-nilai keagamaan terus meningkat. Selain itu, kewajiban sertifikasi halal untuk produk kosmetik setelah 17 Oktober 2026 memperkuat posisi kosmetik halal sebagai kebutuhan industri, bukan sekadar pilihan pemasaran. Kebijakan ini membuat produsen harus lebih serius memastikan bahan, proses produksi, rantai pasok, hingga klaim produk sesuai dengan standar halal yang berlaku.

Dalam konteks ini, konsep *makeup syar'i* menjadi semakin relevan. *Makeup syar'i* dapat dipahami sebagai produk rias wajah yang tidak hanya memperhatikan estetika, tetapi juga memenuhi prinsip halal, aman, tidak mengandung najis, tidak membahayakan tubuh, dan tidak menghalangi pelaksanaan ibadah. Produsen harus membuat manual internal untuk sistem jaminan halal yang mencakup komponen kebijakan halal, pedoman halal, organisasi manajemen halal, prosedur operasi standar, referensi teknis, sistem administrasi, sistem dokumentasi, program pelatihan, sistem audit, sistem tindakan korektif, dan sistem tinjauan manajemen (Sugibayashi et al., 2019). Dengan demikian, pembahasan *makeup syar'i* tidak cukup berhenti pada label halal, tetapi juga harus mencakup isu permeabilitas air, keabsahan *wudhu*, etika produksi, perlindungan konsumen, serta prinsip *maqasid syariah*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *literature review* untuk menelaah potensi industri *makeup syar'i* di Indonesia. Metode ini merujuk pada konsep kajian literatur yang dikemukakan John W. Creswell (2017), bahwa penelitian kepustakaan dilakukan melalui proses pengumpulan, evaluasi kritis, dan sintesis berbagai sumber ilmiah yang relevan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap suatu fenomena. Machi dan McEvoy (2009) menjelaskan bahwa *literature review* merupakan proses

identifikasi, penilaian, dan interpretasi terhadap literatur yang relevan untuk menemukan pola pengetahuan, kesenjangan penelitian, serta arah pengembangan suatu bidang kajian.

Penelusuran literatur dilakukan secara sistematis melalui beberapa langkah pokok, yaitu: (1) merumuskan fokus dan pertanyaan penelitian terkait *makeup syar'i* dan industri kosmetik halal di Indonesia, (2) menentukan kata kunci serta kriteria inklusi–eksklusi literatur, (3) menelusuri basis data ilmiah dan sumber resmi, (4) menyeleksi sumber yang relevan dan berkualitas, serta (5) melakukan ekstraksi dan sintesis temuan secara tematik. Sumber yang ditelaah meliputi artikel jurnal, buku akademik, laporan lembaga pemerintah, fatwa Majelis Ulama Indonesia, regulasi jaminan produk halal, publikasi lembaga sertifikasi halal, serta laporan pasar terkait industri kosmetik dan gaya hidup halal.

Kata kunci yang digunakan dalam penelusuran literatur antara lain: kosmetik halal, *makeup syar'i*, *halal cosmetics*, *water-permeable cosmetics*, permeabilitas air, *wudhu-friendly makeup*, *maqasid syariah*, *halal consumer behavior*, dan industri kosmetik Indonesia. Literatur yang dipilih adalah publikasi yang membahas satu atau beberapa tema berikut: standar kehalalan kosmetik, bahan kritis dalam kosmetik, uji daya tembus air, perilaku konsumen Muslim, peluang pasar kosmetik halal, dan penerapan *maqasid syariah* pada produk konsumsi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan tematik. Literatur yang terkumpul diklasifikasikan ke dalam lima tema utama, yaitu: (1) regulasi dan standar kehalalan kosmetik, (2) bahan kritis dalam *makeup syar'i*, (3) permeabilitas air dan keabsahan *wudhu*, (4) perilaku konsumen terhadap kosmetik halal, dan (5) prospek pasar serta implikasi *maqasid syariah*. Setiap tema kemudian disintesis untuk mengidentifikasi pola, peluang, tantangan, serta merumuskan rekomendasi bagi pengembangan industri *makeup syar'i* di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang dan Tantangan Pertumbuhan Industri Kosmetik Halal dan *Make Up Syar'i* di Indonesia

Pertumbuhan industri kosmetik nasional menjadi fondasi penting bagi pengembangan makeup syar'i. Jumlah pelaku usaha yang terus meningkat menunjukkan bahwa pasar kosmetik Indonesia semakin kompetitif dan dinamis. Pada Siaran Pers Cosmetic Day Kemenperin Antarkan Industri Kosmetik Nasional Jadi Pemain Utama Pasar Global Rabu, 05 November 2025 Kementerian Perindustrian juga menempatkan industri kosmetik sebagai sektor yang berpotensi menjadi pemain penting di pasar global, terutama karena Indonesia memiliki basis konsumen besar, merek lokal yang berkembang, dan ketersediaan bahan baku alam.

Peluang makeup syar'i semakin kuat karena gaya hidup halal. Salah satu sektor yang menunjukkan perkembangan signifikan adalah gaya hidup halal (*halal lifestyle*), serta pemasaran halal *lifestyle* dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah. Pertama, diperlukan peningkatan literasi masyarakat mengenai konsep halal secara komprehensif. Edukasi tidak hanya difokuskan pada aspek makanan dan minuman, tetapi juga mencakup sektor lain seperti keuangan, kosmetik, fashion, dan pariwisata halal (Syahir Bahar Asyari, 2025). Makeup syari yaitu berdandan dengan menggunakan produk kosmetik yang halal, dengan tampilan berhias atau *makeup* yang sesuai dengan syariat Islam. Tentu, sebagai seorang Muslim, meskipun Islam membolehkan berhias, perhiasan seperti kosmetik yang akan digunakan harus sehat dan tidak membahayakan kulit atau diri penggunanya (Umbarani & Fakhrudin, 2021).

Indonesia juga memiliki posisi yang cukup kuat dalam ekosistem halal global. Kosmetika Indonesia menunjukkan prospek yang cerah dengan proyeksi nilai pasar mencapai US\$9,74 miliar atau lebih dari Rp 150 triliun pada tahun 2025. Posisi ini memperkuat peluang Indonesia untuk tidak

hanya menjadi pasar kosmetik halal, tetapi juga menjadi pusat produksi dan inovasi makeup syar'i.

Standardisasi Kehalalan Bahan dalam Mencapai Industri Kosmetik Syar'i.

Kehalalan bahan merupakan aspek paling mendasar dalam makeup syar'i. Kesadaran Halal Umat Islam percaya bahwa mengonsumsi makanan halal akan menjadi berkah dan kesehatan bagi manusia, keyakinan yang sama juga berlaku untuk produk kosmetik yang digunakan (Sara et al., 2022). Fatwa MUI tentang penggunaan kosmetika untuk kepentingan berhias hukumnya boleh, dengan syarat: bahan yang digunakan halal dan suci, ditujukan untuk kepentingan yang dibolehkan secara syar'i, dan tidak membahayakan. Standar kehalalan produk kosmetika menegaskan bahwa penggunaan.

Standardisasi Kehalalan Bahan dalam Mencapai Industri Kosmetik Syar'i.

Penggunaan kosmetika untuk kepentingan berhias hukumnya boleh dengan syarat: (a) bahan yang digunakan adalah halal dan suci; (b) ditujukan untuk kepentingan yang dibolehkan secara syar'i; (c) tidak membahayakan (Fatwa-MUI-No.26-tahun-2013-Standar-Kehalalan-Produk-Kosmetika-dan-Penggunaannya, t.t.).

Standar kehalalan produk kosmetika menegaskan bahwa penggunaan kosmetik untuk berhias pada dasarnya diperbolehkan selama bahan yang digunakan halal dan suci, digunakan untuk tujuan yang dibenarkan secara syar'i, serta tidak membahayakan. Prinsip ini menempatkan kosmetik dalam ruang yang luas, tetapi tetap memiliki batasan yang jelas. Oleh karena itu, pada *Global Halal Industry Overview* dinyatakan bahwa nilai-nilai yang terdapat pada kosmetika halal antara lain adalah *social responsibility, stewardship of the earth, economic and social justice, animal welfare* dan *ethical investment*. Nilai-nilai positif pada produk halal membuat pasar industri halal memiliki cakupan yang luas, tidak hanya eksklusif bagi konsumen

Muslim. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan nilai-nilai positif tersebut, tren penggunaan kosmetik halal juga meningkat (Septiani & Indraswari, 2019).

Beberapa bahan yang sering menjadi perhatian dalam kosmetik halal antara lain kolagen, elastin, gelatin, gliserin, lesitin, asam lemak, hormon, ekstrak kelenjar, dan plasenta. Kolagen, misalnya, dapat berasal dari sapi, ikan, atau babi. Hukum penggunaan penggunaannya diharuskan dengan syarat plasenta yang digunakan diambil daripada haiwan yang halal dimakan dan disembelih mengikut ketentuan Syarak serta bebas dari darah (Abdullah & Ahmad, 2018). Dengan ini, transparansi sumber bahan baku dan sertifikasi halal menjadi aspek penting dalam pengembangan kosmetik syar'i yang aman dan sesuai prinsip syariah. Jika berasal dari hewan halal yang disembelih sesuai syariat, bahan tersebut dapat diterima, tetapi jika berasal dari babi, bangkai, atau sumber yang tidak jelas, statusnya menjadi haram atau setidaknya syubhat. Plasenta juga harus diperhatikan karena penggunaan plasenta dari manusia atau hewan haram tidak dapat disamakan dengan plasenta dari hewan halal yang memenuhi ketentuan fatwa. Oleh karena itu, produsen *makeup* syar'i perlu membangun sistem jaminan halal yang komprehensif. Pemeriksaan tidak cukup dilakukan pada nama bahan dalam komposisi, karena istilah bahan sering kali tidak menunjukkan asal-usulnya dengan jelas.

Aspek Permeabilitas Air dalam Menjaga Keabsahan Wudu Untuk Mencapai Konsep Make Up Syar'i.

Membedakan *makeup* syar'i dari kosmetik halal biasa tampaknya terletak pada bagaimana *makeup* ini menangani masuknya air. Wudu memiliki aturan tentang air yang menyentuh kulit. Lapisan yang menahannya dapat menimbulkan masalah terkait apakah wudu sah atau tidak. Produk kosmetik *waterproof* merupakan produk kosmetik yang tahan lama saat digunakan. Artinya, *makeup* tersebut tidak mudah terhapus (Hastuti, 2020). Kosmetik yang membentuk lapisan

waterproof atau dianggap tahan air perlu diperiksa. Hal ini adalah poin utama, dan beberapa detail bahan baku kosmetik bersifat *wudhu-friendly*. Beberapa lebih fokus pada kualitas *waterproof*, sementara tetap harus memperhatikan bagian air ini.

Produk *makeup* dapat dibedakan berdasarkan karakter lapisannya. Pertama, produk yang membentuk lapisan kuat, seperti sebagian *foundation* tahan air, *lip product* tertentu, *maskara waterproof*, dan cat kuku konvensional. Produk jenis ini berpotensi menghalangi air sehingga perlu dibersihkan sebelum wudhu. Kedua, produk yang hanya memberikan warna tipis dan tidak membentuk lapisan pelindung. Produk jenis ini berisiko lebih rendah, tetapi tetap perlu diuji apabila produsen membuat klaim *wudhu-friendly* atau *water-permeable*. Pada dasarnya, syarat sahnya wudu adalah bersihnya anggota wudu dari segala sesuatu yang dapat menghalangi air meresap ke anggota wudu tersebut (Jawahir, 2024).

Beberapa kosmetik *waterproof* dapat menghambat kontak air dengan kulit sehingga berpotensi memengaruhi keabsahan wudu (Muhammad Fadil et al., 2026). Selain itu, LPPOM MUI menjelaskan bahwa kosmetik dan tinta pemilu yang disertifikasi halal dapat melalui uji daya tembus air untuk memastikan air dapat mencapai permukaan yang wajib terkena air saat bersuci. Uji ini penting karena klaim *water-permeable* tidak dapat hanya didasarkan pada promosi atau persepsi konsumen. Produk yang disebut *breathable*, halal, atau *wudhu-friendly* tetap perlu dibuktikan melalui metode pengujian yang tervalidasi agar tidak menyesatkan konsumen. Dengan demikian, *makeup* syar'i tidak cukup hanya bebas dari bahan haram. Produk juga perlu memperhatikan fungsi ibadah bagi penggunaannya. Produsen sebaiknya memberikan informasi pemakaian yang jelas, misalnya apakah produk harus dihapus sebelum wudu, apakah klaim tembus air sudah diuji, serta bagaimana cara penggunaannya agar tidak mengganggu ibadah. Transparansi seperti ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan

membedakan *makeup* syar'i dari kosmetik halal yang hanya berfokus pada bahan.

Industri Kosmetik Halal dan Make Up Syar'i dalam Sudut Pandang Maqasid Syariah.

Maqasid syariah menawarkan kerangka yang lebih luas untuk menilai *makeup* syar'i, khususnya melalui lima tujuan pokok syariah yang paling relevan, yaitu dalam perspektif maqashid syariah, konsumsi bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi juga ibadah yang Dalam perspektif maqashid syariah. *Maqashid Syariah* berarti tujuan yang ditetapkan oleh *Syariah* untuk kepentingan orang banyak (Srisusilawati et al., 2022). Konsumsi bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi juga ibadah yang mencerminkan upaya menjaga lima aspek pokok: *hifz al-din* (menjaga agama), *hifz al-nafs* (menjaga jiwa), *hifz al-'aql* (menjaga akal), *hifz al-nasl* (menjaga keturunan), dan *hifz al-mal* (menjaga harta) (Latifah, 2025.).

Dalam konteks industri kosmetik halal, kita mengambil 3 konsep, yaitu *hifz al-din*, yang tercermin dalam produk yang tidak mengandung unsur haram atau najis, tidak menghalangi keabsahan ibadah (wudu dan shalat), serta memberikan kepastian halal yang dapat dipertanggungjawabkan secara syar'i kepada konsumen Muslim. *Hifz al-nafs* berkaitan dengan keamanan dan kesehatan pengguna, yang diwujudkan melalui pemilihan bahan yang aman, ketiadaan zat berbahaya, serta kepatuhan terhadap standar kesehatan dan regulasi lembaga pengawas obat dan makanan, sejalan dengan penelitian tentang perilaku konsumen produk halal dan konsep halal *thayyib* dalam maqasid syariah. Dalam perspektif *maqashid syariah*, kontrol perilaku yang dirasakan ini mencerminkan upaya individu dalam menjaga *hifz al-din* (menjaga agama) melalui pemilihan produk yang sesuai dengan prinsip halal, serta *hifz al-nafs* (menjaga jiwa) melalui konsumsi makanan yang aman dan baik.

Adapun *hifz al-mal* berkaitan dengan perlindungan harta konsumen melalui kejujuran dalam klaim, kualitas produk yang

sepadan dengan harganya, sertifikasi halal yang kredibel, serta pencegahan praktik bisnis yang menipu atau merugikan, sebagaimana dibahas dalam studi mengenai perlindungan konsumen dan *hifz al-mal* dalam konteks sertifikasi halal. Dengan pendekatan ketiga maqasid ini, *makeup* syar'i tidak berhenti pada formalitas label halal, tetapi diarahkan menjadi produk yang benar-benar aman, etis, dan bertanggung jawab bagi masyarakat Muslim.

Perilaku dan Literasi Konsumen terkait Pertumbuhan Industri Kosmetik Halal di Indonesia.

Potensi *makeup* syar'i sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang memiliki religiusitas tinggi, yang cenderung memilih produk kecantikan yang terjamin kehalalannya. Di samping itu, konsumen dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung memilih produk kecantikan yang terjamin kehalalannya. Di samping itu, pengetahuan konsumen tentang produk halal juga menjadi faktor penentu dalam pembelian kosmetik (Nusran et al., 2021). Konsumen yang memiliki literasi halal cenderung lebih kritis terhadap komposisi bahan, label, legalitas produk, dan klaim dari produsen. Namun, literasi konsumen belum merata. Sebagian konsumen masih menganggap kosmetik halal identik dengan kosmetik yang aman, alami, atau pasti *wudhu-friendly*. Padahal, ketiga konsep tersebut tidak selalu sama. Produk halal belum tentu otomatis sesuai untuk wudhu apabila membentuk lapisan yang menghalangi air. Berwudu bagi pengguna kosmetik *waterproof* tidak sah apabila kosmetik tersebut menghalangi sampainya air ke kulit. Umbarani & Fakhruddin (2021) menyatakan bahwa *makeup* jenis ini biasa dijumpai pada produk *waterproof* yang memiliki tekstur lebih tebal, seperti beberapa jenis lipstik dan bedak wajah. *Make-up* jenis ini harus dihilangkan terlebih dahulu, baru bisa berwudu. Jika tidak dihilangkan, wudhu menjadi tidak sah. Oleh karena itu, penghapusan kosmetik *waterproof* sebelum berwudu menjadi keharusan demi menjaga

kesempurnaan dan keabsahan ibadah, khususnya salat sebagai ibadah utama dalam kehidupan seorang muslim (Syarifan, 2025).

Produk yang aman menurut standar kesehatan tetap memerlukan pemeriksaan halal jika digunakan oleh konsumen Muslim yang membutuhkan kepastian sesuai syariah. Kondisi ini menunjukkan pentingnya edukasi publik, serta edukasi yang baik akan membantu konsumen membuat keputusan yang lebih rasional dan mendorong produsen untuk tidak menggunakan klaim yang berlebihan. Meningkatnya kesadaran konsumen, terutama generasi muda Muslim, mendorong preferensi terhadap kosmetik yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga jelas dari segi keamanan, legalitas, dan kehalalan. Hal ini menggarisbawahi meningkatnya kesadaran konsumen akan aspek-aspek penting dalam memilih produk kosmetik lokal berlabel halal. Selain itu, dampak substansial pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian menyoroti tingkat kesadaran yang patut dipuji di antara konsumen mengenai pentingnya memilih produk berlabel halal (Septianda & Priantina, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa industri *makeup syar'i* di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang. Pertumbuhan pasar kosmetik nasional juga mendorong hal itu. Kesadaran konsumen Muslim tentang produk halal dan aman. Kewajiban sertifikasi halal juga jadi faktor penting di sini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep *makeup syar'i* tidak hanya soal bahan baku yang halal. Keamanan produk juga menjadi pertimbangan. Begitu juga kecocokan dengan prinsip syariah serta kemampuan produk saat ibadah, khususnya terkait permeabilitas air untuk *wudu*. Status halal pada kosmetik tidak otomatis berarti produk itu *wudu-friendly*. Rasanya perlu pengujian ilmiah yang benar-benar dilakukan di laboratorium. Ini untuk membuktikan daya tembus air pada lapisan kulit di produk tertentu. Selain itu, pendekatan *maqasid al-*

shariah juga penting dalam proses pengembangan *makeup syar'i*. Produk harus selaras dengan syariah Islam. Aspek halal secara formal juga diharapkan terpenuhi. Lalu manfaatnya lewat keamanan, transparansi, serta perlindungan terhadap konsumen. Dari sisi manfaat, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis. Kajian tentang *makeup syar'i* dari sudut pandang halal fikih dan *maqasid al-syariah* jadi lebih kuat. Wacana akademik tentang hubungan antara kosmetik dan praktik ibadah juga semakin meluas. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi produsen kosmetik. Mereka bisa mengembangkan produk yang lebih aman, informasinya lebih transparan, dan didasarkan pada bukti ilmiah. Hasil ini juga dapat menjadi masukan bagi regulator, lembaga sertifikasi halal, dan laboratorium. Standar pengujian kosmetik yang bersifat *wudu-friendly* dapat ditingkatkan lebih lanjut. Untuk konsumen, penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman mereka soal pilihan produk

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M., & Ahmad, C. M. (2018). Hukum Penggunaan Plasenta Haiwan dalam Produk Kecantikan di Malaysia. *Journal of Contemporary Islamic Law*, 3.
- Abdullah, S. S., Sirajuddin, M. D. M., & Kadir, A. R. A. (2022). Ablution-Friendly Cosmetics: Analysis From Fiqh Perspective. 28(2).
- Ahmadun, M., Sarah Izham, S., & Rahman, F. (2023). Maqasid Syariah And Cosmetic Products Selection: Toxics Substances Prevention. *International Journal of Advanced Research*, 11(09), 1388–1397.
<https://doi.org/10.21474/IJAR01/17658>
- Fatwa-MUI. (2013). Fatwa-MUI-No.26-tahun-2013-Standar-Kehalalan-Produk-Kosmetika-dan-Penggunaannya
- Hastuti, T. (2020). Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna

- Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Hukum Ekonomi Syariah.
- Jawahir, H. (2024). Kehalalan Kosmetik Waterproof Terhadap Sahnya Wudhu; Analisis Fatwa Mui Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik.
- Latifah, S. N. (2023). Perilaku Konsumen Produk Halal dalam Kerangka Maqashid Syariah: Integrasi TPB, Life Style, dan Health Consciousness. *Life Style*.
- Muhammad Fadil, N. A., Borhan, F. P., Muhammad Syukri Mohd Ashmir Wong, Nur Hafizah Harun, & Norazlina Mamat. (2026). Cognizance Halal and Wudhu-Friendly Cosmetics Among Halal Management Undergraduates. *Journal of Halal Science and Management Research*, 2(1), 48–65. <https://doi.org/10.24191/jhsmr.v2i1.10902>
- Nusran, M., Haming, P., Prihatin, E., Hasrin, S. M., & Abdullah, N. (2021). Edukasi Gaya Hidup Halal di Kalangan Komunitas Generasi Milenial. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.30653/ijma.202112.20>
- Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 21–37. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.820>
- Septianda, T., & Priantina, A. (2024). Gen Z and Halal Local Cosmetics. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(2), 201–214. <https://doi.org/10.20473/ajim.v5i2.56338>
- Septiani, S., & Indraswari, R. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9(1), 59. <https://doi.org/10.29244/jmo.v1i1.25370>
- Srisusilawati, P., Hardianti, P. D., Erlianti, N., Pitsyahara, I. R., & Nuraeni, S. K. (2022). Implementasi Maqashid Syariah Terhadap Produk Perbankan Syariah. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i1.8409>
- Sugibayashi, K., Yusuf, E., Todo, H., Dahlizar, S., Sakdiset, P., Arce, F. J., & See, G. L. (2019). Halal Cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods. *Cosmetics*, 6(3), 37. <https://doi.org/10.3390/cosmetics6030037>
- Syahir Bahar Asyari. (2025). Inovasi Marketing Halal Lifestyle dalam Perkembangan Ekonomi Syariah. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.15703799>
- Syarifan, M. (2025). Hukum Wudu Bagi Pengguna Kosmetik Waterproof Dalam Perspektif MUI Langkat.
- Umbarani, E. M., & Fakhruddin, A. (2021). Konsep Mempercantik Diri Dalam Prespektif Islam Dan Sains. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 115–125. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v23i1.2974>