



Standar Halal dalam Industri Kosmetika dan Perawatan Badan

Maulana Abidin^{1*}, Sarmilah²

¹ Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

² Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Corresponding author: email: Maulanaabidin88@gmail.com

Abstract

Keywords:

Halal Certification;
Halal Industry; Halal
Cosmetics; MUI.

Halal certification is an important part of encouraging the progress of businesses that produce cosmetic products. Because only products that truly meet the specified standards can receive halal certification. The aim of this research is to identify halal standards for cosmetic products, the implementation and process of monitoring cosmetic products and explain the main issues in the implementation of halal products and the cosmetics industry. This study method uses a qualitative method with a descriptive approach. The results of this research are that halal certification can be the answer as a guarantee of the implementation of standards that are in accordance with religious, industrial and business norms. By carrying out halal certification, consumers will have more confidence in the quality of halal products because of the guaranteed implementation of standards. In order to further increase consumer buying interest in products from cosmetic companies, they are required to have halal certification which has been determined by the MUI.

Abstrak:

Kata Kunci:

Sertifikasi Halal;
Industri Halal;
Kosmetik Halal;
MUI

Sertifikasi halal menjadi salah satu bagian penting yang mendorong kemajuan usaha yang menghasilkan produk kosmetik. Karena hanya produk yang benar-benar memenuhi standar yang sudah ditentukan yang dapat mendapatkan sertifikasi halal. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi standar halal pada produk kosmetika, implementasi dan proses pengawasan produk kosmetika dan jelaskan isu-isu utama dalam penyelenggaraan produk dan industri halal bidang kosmetika. Metode studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini yaitu Sertifikasi halal dapat menjadi jawaban sebagai jaminan penerapan standard yang sesuai dengan norma agama, industri, dan bisnis. Adanya Sertifikasi halal menyebabkan konsumen menjadi lebih percaya terhadap kualitas produk halal tersebut karena penerapan standard yang terjamin. Untuk meningkatkan daya beli konsumen, maka perusahaan diharuskan memiliki sertifikasi halal sesuai standart MUI.

How to Cite: Abidin, M., & Sarmilah. 2024. Standar Halal Dalam Industri Kosmetika dan Perawatan Badan, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Implementasi (JIEI)*, 1(1), 13-28. DOI: xxxxx

Received : 25 Desember 2023;

Revised: 15 Januari 2024;

Accepted: 22 Februari 2024



© Jurnal Ilmu Ekonomi dan Implementasi (JIEI).

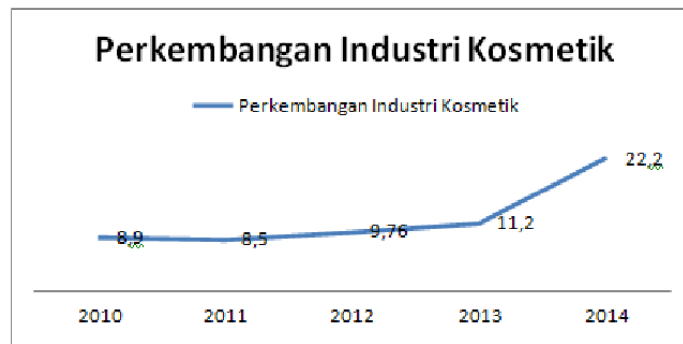
JIEI is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Seorang muslim ketika hendak menentukan sesuatu harus didasarkan pada aturan-aturan Islam yang telah ditentukan, tidak terkecuali para umat Islam yang ada di Indonesia. Dalam melakukan kegiatan atau aktivitas tentunya didasarkan syari'at Islam, begitu juga dalam hal mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Aktivitas konsumsi atau penggunaan suatu barang dan benda tentunya memperhatikan etika serta nilai-nilai yang tertera pada keduanya yaitu alquran dan sunah. Dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu benda hal yang perlu diperhatikan ialah "halal". Kata "halal" merupakan sebuah komponen utama bagi seorang muslim jika hendak mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.

Dalam penggunaan kata halal saat ini tidak tertuju pada konsumsi makanan dan minuman saja, melainkan tertuju pada penggunaan suatu barang atau produk, hal itu yang menjadi barometer kaum muslim dalam menentukan konsumsi atau menggunakan produk suatu barang. Indonesia merupakan Negara dengan pemeluk agama Islam terbesar nomor satu di dunia. The Pew Forum on Religion & Public Life melansir data tentang jumlah penganut agama Islam di di dunia salah satunya yaitu Negara Indonesia. Penganut agama Islam di Indonesia sebesar 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total penduduk (databoks.katadata.co.id.2016).

Tentunya dengan mayoritas masyarakatnya yang beragama Islam menjadi peluang bagi para produsen dalam memasarkan produk halal di Indonesia. Dahulu isu halal hanya mengenai soal makanan , namun saat ini isu halal meluas ke berbagai sektor kehidupan. Yakni sektor industri wisata dan perjalanan, pakaian dan fashion, makanan, kosmetik, finansial, farmasi, media dan rekreasional, kebugaran, pendidikan dan seni budaya. Dari berbagai sektor yang ada di atas jika diamati disekeliling kita sepertinya sudah mulai merambah dan banyak dilakukan oleh masyarakat. Perkembangan industri kosmetik saat ini mengalami pertumbuhan. Perkembangan tersebut didukung data dari indonesiafinance.com seperti dibawah ini :



Source: www.indonesiainancetoday.com

Gambar 1. Perkembangan Penjualan Kosmetik di Indonesia

Pada gambar diatas menyebutkan industri kosmetik meningkat setiap tahunnya hal ini terlihat dari peningkatan penjualan kosmetik pada tahun 2012 sebesar 14% menjadi Rp. 9,76 triliun dari sebelumnya Rp 8,5 triliun dan dengan banyaknya jenis kosmetik beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri, membanjirinya produk kosmetik di pasaran, sangat mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang.

Dewasa ini pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan karena keinginan. Banyaknya kosmetik yang beraneka ragam bentuk dengan pilihan ragam warna dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen, menuntut industri kosmetik untuk semakin terpicu mengembangkan teknologi yang tidak saja mencakup peruntukannya dari kosmetik itu sendiri namun juga kepraktisan didalam penggunaannya. Selain daripada perkembangan industri kosmetik, perkembangan industri halal pun mulai menapaki era baru, hal itu diiringi dengan tren Global Bisnis Halal yang dilaksanakan pada tahun 2016.

Tren Global Bisnis Halal pada tahun 2016 menyebutkan terdapat 10 sektor yang secara bisnis dan ekonomi memiliki kontribusi yang cukup besar dalam industri halal diantara yaitu sector industri makanan, wisata dan perjalanan, pakaian dan fashion, kosmetik, finansial, farmasi, media dan rekreasional, kebugaran, pendidikan dan seni budaya (republika.co.id 2016 nirwan, mengulik tren global bisnis halal di IHHLEC 2016).

Berkembangnya industri halal adalah karena munculnya peningkatan kesadaran komunitas Muslim yang ingin hidupnya sesuai dengan ajaran Islam. Tren global bisnis halal yang terjadi pada tahun 2016 disebutkan bahwa terdapat 10 sektor yang potensial

dalam meningkatkan perekonomian dan bisnis tidak terkecuali pada sektor kosmetik. Sektor kosmetik saat ini memiliki panggung tersendiri bagi para konsumennya. Produk kosmetik halal saat ini mampu bersaing dengan produk kosmetik lainnya. Diturunkan oleh Nurhayati Subakat pemilik produk kosmetik Wardah mengatakan “pertumbuhan wardah di atas 30 persen dan sudah melampaui Sariayu dan Mustika Ratu”(republika.co.id2016 nurhayati subakat).

Pernyataan yang diungkapkan oleh Pemilik Wardah menjadi tolak ukur keberlanjutan tentang kosmetik halal. Industri halal pada sektor kosmetik saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat hal tersebut karena masyarakat saat ini sadar akan pentingnya menggunakan produk halal. Penggunaan produk kosmetik halal oleh konsumen tentunya dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain tersebut diantaranya media massa baik cetak atau elektronik, media sosial, lingkungan, seleb endorsement, sikap, kepuasan dan lain sebagainya. Beragam faktor penentu dalam menggunakan produk kosmetik halal tentunya berkaitan dengan karakteristik dan ragam penggunaannya. Penggemar kosmetik halal tentunya memiliki tolak ukur sendiri dalam menentukan keputusan saat ingin menggunakan produk kosmetik halal. Tolak ukur tersebut dilihat dari apa yang diamati di sekelilingnya.

Konsumen sebagai salah satu dari pada kunci keuntungan produsen memiliki peranan penting dalam meningkatkan penjualan produk kosmetik. Pembelian produk kosmetik halal yang dilakukan oleh konsumen tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendukung. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk kosmetik merupakan tolak ukur sejauh mana konsumen tertarik pada sebuah produk yang diminatinya.

Pada penelitian ini peneliti mencoba menjabarkan teori yang dikemukakan oleh Ajzen yaitu Theory of Planned Behavior yang mana pada teori tersebut menjelaskan tiga determinan yang mempengaruhi niat (intention) seorang dalam memutuskan sesuatu. Tiga determinan tersebut ialah Sikap Perilaku (Attitude) , Norma Subjektif (Subjective Norm) dan Kontrol Perilaku yang dirasakan./1(Perceived Behaviour Control) dari ketiga determinan tersebut digunakan untuk mengukur minat serta keputusan konsumen dalam membeli produk kosmetik halal. Oleh karenanya kami Menyusun makalah ini yang berjudul “Standar Halal dalam Industri Kosmetika dan Perawatan Badan”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, lebih tepatnya studi pustaka. Sugiyono (2013) menjelaskan studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Sehingga pada penelitian ini menggunakan data dan informasi terkait data dari website resmi dan juga masalah yang sedang standarisasi Halal dalam Industri Kosmetika dan Perawatan Badan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Kuantitatif Produk dan Pelaku Industri Kosmetika dan Perawatan Badan

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Tumbuh Suburnya Industri Kecantikan atau Kosmetik Label mempunyai hubungan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas (Apriyantono A dan Nurbowo, 2003).

Konsumen Islam cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang. Kesadaran akan mengkonsumsi produk halal pada konsumen muslim, akibat dari pemahaman agama yang baik dan edukasi produsen mengenai sertifikat halal pada produknya. Hal ini akan berdampak semakin tingginya konsumen yang peduli tentang sertifikat label halal pada produk yang dibelinya, karena saat ini banyak konsumen yang semakin kritis dan memiliki pengetahuan produk yang baik sebelum melakukan keputusan pembelian. Perkembangan kosmetik halal di Indonesia tumbuh cukup signifikan. Hal ini ditandai oleh munculnya produsen/ perusahaan kosmetik dengan berbagai merk berikut produk yang beredar dengan sertifikasi halal.

Dalam penggunaan kata halal saat ini tidak tertuju pada konsumsi makanan dan minuman saja, melainkan tertuju pada penggunaan suatu barang atau produk, hal itu yang menjadi barometer kaum muslim dalam menentukan konsumsi atau menggunakan produk suatu barang. Indonesia merupakan Negara dengan pemeluk

agama Islam terbesar nomor satu di dunia. The Pew Forum on Religion & Public Life melansir data tentang jumlah penganut agama Islam di di dunia salah satunya yaitu Negara Indonesia. Penganut agama Islam di Indonesia sebesar 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total penduduk (databoks.katadata.co.id.2016).

Tentunya dengan mayoritas masyarakatnya yang beragama Islam menjadi peluang bagi para produsen dalam memasarkan produk halal di Indonesia. Dahulu isu halal hanya mengenai soal makanan , namun saat ini isu halal meluas ke berbagai sektor kehidupan. Yakni sektor industri wisata dan perjalanan, pakaian dan fashion, makanan, kosmetik, finansial, farmasi, media dan rekreasional, kebugaran, pendidikan dan seni budaya. Dari berbagai sektor yang ada di atas jika diamati disekeliling kita sepertinya sudah mulai merambah dan banyak dilakukan oleh masyarakat.

Pada gambar diatas menyebutkan industri kosmetik meningkat setiap tahunnya hal ini terlihat dari peningkatan penjualan kosmetik pada tahun 2012 sebesar 14% menjadi Rp. 9,76 triliun dari sebelumnya Rp 8,5 triliun dan dengan banyaknya jenis kosmetik beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri, membanjirinya produk kosmetik di pasaran, sangat mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Dewasa ini pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan karena keinginan.

Banyaknya kosmetik yang beraneka ragam bentuk dengan pilihan ragam warna dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen, menuntut industri kosmetik untuk semakin terpicu mengembangkan teknologi yang tidak saja mencakup peruntukannya dari kosmetik itu sendiri namun juga kepraktisan didalam penggunaannya. Selain daripada perkembangan industri kosmetik, perkembangan industri halal pun mulai menapaki era baru, hal itu diiringi dengan tren Global Bisnis Halal yang dilaksanakan pada tahun 2016.

Tren Global Bisnis Halal pada tahun 2016 menyebutkan terdapat 10 sektor yang secara bisnis dan ekonomi memiliki kontribusi yang cukup besar dalam industri halal diantara yaitu sector industri makanan, wisata dan perjalanan, pakaian dan fashion, kosmetik, finansial, farmasi, media dan rekreasional, kebugaran, pendidikan dan seni budaya (republika.co.id 2016 nirwan, mengulik tren global bisnis halal di IHHLEC 2016).

Berkembangnya industri halal adalah karena munculnya peningkatan kesadaran komunitas Muslim yang ingin hidupnya sesuai dengan ajaran Islam. Tren global bisnis halal yang terjadi pada tahun 2016 disebutkan bahwa terdapat 10 sektor yang potensial

dalam meningkatkan perekonomian dan bisnis tidak terkecuali pada sektor kosmetik. Sektor kosmetik saat ini memiliki panggung tersendiri bagi para konsumennya. Produk kosmetik halal saat ini mampu bersaing dengan produk kosmetik lainnya. Diturunkan oleh Nurhayati Subakat pemilik produk kosmetik Wardah mengatakan “pertumbuhan wardah di atas 30 persen dan sudah melampaui Sariayu dan Mustika Ratu”(republika.co.id2016 nurhayati subakat).

Pernyataan yang diungkapkan oleh Pemilik Wardah menjadi tolak ukur keberlanjutan tentang kosmetik halal. Industri halal pada sektor kosmetik saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat hal tersebut karena masyarakat saat ini sadar akan pentingnya menggunakan produk halal. Penggunaan produk kosmetik halal oleh konsumen tentunya dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain tersebut diantaranya media massa baik cetak atau elektronik, media sosial, lingkungan, seleb endorsement, sikap, kepuasan dan lain sebagainya. Beragam faktor penentu dalam menggunakan produk kosmetik halal tentunya berkaitan dengan karakteristik dan ragam penggunaannya.

Penggemar kosmetik halal tentunya memiliki tolak ukur sendiri dalam menentukan keputusan saat ingin menggunakan produk kosmetik halal. Tolak ukur tersebut dilihat dari apa yang diamati di sekelilingnya. Konsumen sebagai salah satu dari pada kunci keuntungan produsen memiliki peranan penting dalam meningkatkan penjualan produk kosmetik. Pembelian produk kosmetik halal yang dilakukan oleh konsumen tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendukung. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk kosmetik merupakan tolak ukur sejauh mana konsumen tertarik pada sebuah produk yang diminatinya.

Pada penelitian ini peneliti mencoba menjabarkan teori yang dikemukakan oleh Ajzen yaitu Theory of Planned Behavior yang mana pada teori tersebut menjelaskan tiga determinan yang mempengaruhi niat (intention) seorang dalam memutuskan sesuatu. Tiga determinan tersebut ialah Sikap Perilaku (Attitude) , Norma Subjektif (Subjective Norm) dan Kontrol Perilaku yang dirasakan./1(Perceived Behaviour Control) dari ketiga determinan tersebut digunakan untuk mengukur minat serta keputusan konsumen dalam membeli produk kosmetik halal.

Implementasi dan Proses Pengawasan Produk Kosmetika

Memproduksi dan memperdagangkan suatu produk kosmetik maka perlu dilakukan pendaftaran terlebih dahulu ke Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Terdapat serangkaian proses yang panjang dan disebut proses registrasi. Proses registrasi umumnya bisa berlangsung 1-3 tahun dikarenakan memerlukan banyak dokumen, validasi, formula, stabilitas produk, dan kandungan produk tersebut aman atau tidak. Jika nomor registrasi sudah keluar, maka produk tersebut akan diberi barcode.

Setiap produsen kosmetik yang akan memasarkan produknya harus menotifikasi produk tersebut terlebih dahulu dan setiap produsen yang menotifikasi produknya harus menyimpan data, mutu, dan keamanan produk (Product Information File/Dokumen Informasi Produk) yang siap diperiksa sewaktu-waktu oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan. Berdasarkan Pasal 10 Ayat (1) Keputusan Kepala Badan Pengawas/Obat/dan/Makanan/Nomor/ HK.00.05.4.1745/Tentang Kosmetik menyebutkan bahwa “Kosmetik sebelum diedarkan harus didaftarkan untuk mendapatkan izin dari Kepala Badan”. Dengan adanya peraturan ini diharapkan setiap produk yang beredar di masyarakat mendapat izin edar secara sah di Indonesia, terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan sehingga memudahkan pengawasan terhadap produk kosmetik yang beredar.

Pasal 2 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 Tentang Notifikasi Kosmetika mengatur bahwa “Setiap kosmetika yang beredar wajib memenuhi standar dan/atau persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan sesuai peraturan perundang-undangan”. Dengan adanya kewajiban pemenuhan standar tersebut maka setiap produk kosmetik seharusnya hanya dapat diedarkan ketika mendapatkan izin edar berupa notifikasi. Notifikasi hanya dapat dimohonkan kepada Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan. Hal ini diatur dalam Pasal 6 Ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.03.1.23.12.10.11983 Tentang Kriteria dan Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika, yaitu “Pemohon yang akan mengajukan permohonan notifikasi harus mendaftarkan diri kepada Kepala Badan”.

1. Pemohon notifikasi sebagaimana Pasal 6 Ayat (2) Peraturan tersebut, terdiri atas:
2. Industri kosmetika yang berada di wilayah Indonesia yang telah memiliki izin produksi;
3. Importir yang bergerak di bidang kosmetika sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; atau

4. Usaha perorangan/badan usaha yang melakukan kontrak produksi dengan industri kosmetika yang telah memiliki izin produksi.

Tata cara pengajuan pendaftaran sebagai pemohon notifikasi diatur dalam Pasal 7 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Kriteria dan Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika. Notifikasi memiliki jangka waktu tertentu. Menurut Pasal 4 Ayat (2) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan, notifikasi berlaku dalam jangka waktu 3 (tiga) tahun. Dan apabila jangka waktu tersebut sudah habis masa berlakunya, maka harus diperbaharui. Permohonan pembaharuan/notifikasi untuk kosmetika yang telah habis masa berlakunya, diajukan paling lama 1 (satu) bulan sebelum habis masa berlaku notifikasi seperti sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 13 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Tentang Kriteria dan Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika.

Selain itu, terdapat juga pembatalan notifikasi yang diatur pada Pasal 1 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor 34 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika. Notifikasi menjadi batal atau dapat dibatalkan, apabila:

1. Izin produksi kosmetika, izin usaha industri, tanda daftar industri, Surat Izin Usaha Perdagangan, dan/atau Angka Pengenal Importir (API) sudah tidak berlaku;
2. Berdasarkan evaluasi, kosmetika yang telah beredar tidak memenuhi persyaratan teknis (keamanan, kemanfaatan, mutu, penandaan dan klaim);
3. Atas permintaan pemohon notifikasi;
4. Perjanjian kerjasama antara pemohon dengan perusahaan pemberi lisensi/industri penerima kontrak produksi, atau surat penunjukkan keagenan dari produsen negara asal sudah berakhir dan tidak diperbaharui;
5. Kosmetika yang telah beredar tidak sesuai dengan data dan/atau dokumen yang disampaikan pada saat permohonan notifikasi
6. Pemohon notifikasi tidak memproduksi, atau mengimpor dan mengedarkan kosmetika dalam jangka waktu 6 (enam) bulan setelah/dinotifikasi; atau
7. Terjadi sengketa dan telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

Pengawasan terhadap kosmetik mempunyai permasalahan yang luas dan merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku

usaha. Untuk menekan resiko yang bisa terjadi dikarenakan pengawasan obat dan makanan pada produk kosmetik memiliki permasalahan yang berdimensi luas dan kompleks. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengawasan yang komprehensif dari sejak awal proses suatu produk sampai produk tersebut beredar. Sistem Pengawasan Obat dan Makanan dilakukan tiga lapis, yakni :

1. Sub-sistem pengawasan Produsen

Sistem pengawasan internal oleh produsen melalui pelaksanaan cara- cara produksi yang baik atau good manufacturing practices agar setiap bentuk penyimpangan dari standar mutu dapat dideteksi sejak awal. Secara hukum produsen bertanggungjawab atas mutu dan keamanan produk yang dihasilkannya. Apabila terjadi penyimpangan dan pelanggaran terhadap standar yang telah ditetapkan maka produsen dikenakan sanksi, baik administratif maupun pidana.

2. Sub-sistem pengawasan Konsumen

Sistem/1pengawasan/1oleh/1masyarakat/1konsumen/1sendiri/1melalui peningkatan kesadaran dan peningkatan pengetahuan mengenai kualitas produk yang digunakan dan cara-cara penggunaan produk yang rasional. Pengawasan ini sangat penting karena pada akhirnya masyarakatlah yang mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan suatu produk.

3. Sub-sistem pengawasan pemerintah/Badan Pengawas Obat dan Makanan

Sistem pengawasan oleh pemerintah melalui pengaturan dan standardisasi, penilaian keamanan, khasiat dan mutu produk sebelum diijinkan beredar di Indonesia; inspeksi, pengambilan sampel dan pengujian laboratorium produk yang beredar serta peringatan kepada publik yang di dukung penegakan hukum.

Pemerintah dalam hal ini adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan/ melakukan tindakan dalam rangka meningkatkan pengamanan kosmetik dengan melakukan pengawasan. Badan Pengawas Obat dan Makanan melakukan 2 (dua) tahap pengawasan yaitu pengawasan Pre-Market dan Post-Market.

- a. Pengawasan Pre-Market

Pengawasan Pre-Market adalah pengawasan sebelum beredar sebagai tindakan pencegahan untuk menjamin produk yang beredar memenuhi

standar dan persyaratan keamanan, manfaat, dan mutu produk yang ditetapkan. Dalam hal ini Badan atau Balai Pengawas Obat dan Makanan melakukan standarisasi, pembinaan, dan audit cara pembuatan kosmetika yang baik (CPKB), serta penilaian dan pengujian atas mutu keamanan sebelum produk diedarkan.

Registrasi mempunyai arti penting dalam pengawasan kosmetik karena dalam proses registrasi tersebut dilakukan evaluasi dan pengujian secara seksama yang meliputi mutu bahan, formulasi, metode produksi, maupun aspek keamanan penggunaan. Pelaku usaha yang ingin mendaftarkan izin usahanya dapat melakukan pendaftaran dengan cara mengisi form surat permohonan izin produksi di Badan atau Balai Pengawas Obat dan Makanan dan juga membuat surat permohonan persetujuan layout yang ditujukan ke Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Surat permohonan izin produksi yang telah disetujui akan ditindak lanjuti oleh Kementerian Kesehatan (untuk industri kosmetik) atau Dinas Kesehatan Provinsi (untuk usaha kecil kosmetik) dan kemudian ditembuskan ke Badan dan Balai Pengawas Obat dan Makanan serta Dinas Kesehatan Provinsi. Setelah Kementerian Kesehatan memberikan izin produksi, Kementerian Kesehatan memberikan surat kepada Badan atau Balai Pengawas Obat dan Makanan untuk melakukan inspeksi ke Sarana Produksi untuk melihat kesesuaian layout yang diberikan dengan kondisi real di lapangan serta memperhatikan apakah sarana produksi sudah memenuhi syarat dalam melakukan kegiatan produksi. Jika syarat-syarat belum lengkap, maka akan dilakukan inspeksi ulang oleh Balai Pengawas Obat dan Makanan sampai sarana produksi memenuhi syarat.

Jika dalam inspeksi tersebut syarat-syarat yang ditetapkan sudah terpenuhi, maka akan dilanjutkan dengan pemberian surat rekomendasi dan hasil pemeriksaan yang ditujukan ke Badan Pengawas Obat dan Makanan dan diserahkan ke Direktorat Jenderal Binaan Farmasi dan Alat Kesehatan. Kemudian setelah mendapat persetujuan keduanya, maka pelaku usaha mendapatkan izin produksi. Setelah mendapatkan izin produksi, pelaku usaha dapat mengajukan surat izin edar dengan memberikan sampel produk ke Badan Pengawas Obat dan Makanan pusat

untuk dilakukan uji laboratorium guna memperoleh izin edar.

b. Pengawasan Post-Market

Pengawasan Post-Market merupakan pengawasan produk selama beredar untuk memastikan produk yang beredar memenuhi standar dan persyaratan keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu produk yang ditetapkan serta tindakan penegakan hukum. Dalam pengawasan Post-Market Balai Pengawas Obat dan Makanan melakukan pengawasan langsung di lapangan, yang diantaranya melakukan pemeriksaan produksi dan distribusi, pemeriksaan sampling, pemeriksaan iklan, dan public warning.

Dalam hal sertifikasi halal, maka MUI Pusat berwenang untuk memproses sertifikasi halal dari perusahaan-perusahaan yang berskala nasional dan multinasional. Kegiatan auditnya dilakukan oleh LPPOM MUI Pusat. Sedangkan produsen yang berskala lokal cukup mengajukan sertifikat halalnya kepada MUI Daerah. Didalam LPPOM terdapat Bidang Pengkajian dan Penelitian yang mempunyai tugas yaitu:

- 1) Mendukung proses sertifikasi halal dengan melakukan pemeriksaan dan pengkajian secara laboratorium untuk produk yang ditetapkan memerlukan pemeriksaan laboratorium.
- 2) Melakukan pengkajian atas bahan baku (alternatif maupun baru) dan produk akhir (jika diperlukan) yang akan digunakan oleh perusahaan selama dalam masa sertifikat halal berlaku.
- 3) Melakukan pengkajian dan penelitian dengan mencari metode baru dalam menunjang kegiatan sertifikasi halal LPPOM MUI.
- 4) Membuat perencanaan dan realisasi pendirian Laboratorium Halal LPPOM MUI Propinsi Banten.
- 5) Mengevaluasi dan membuat laporan hasil kerja dan program kerja yang dilaporkan dalam rapat pengurus pelaksana setahun dua kali

Selanjutnya ada Bidang Administrasi Sertifikasi Halal dimana bidang Administrasi Sertifikasi Halal meliputi kegiatan pelayanan kebersihan dan keindahan, pelayanan tamu, pelayanan telepon, pelayanan kepegawaian, pelayanan keuangan, pelayanan umum, pelayanan surat menyurat dan ekspedisi.

Isu–Isu Utama dalam Penyelenggaraan Produk dan Industri Halal Bidang Kosmetika

1. Sebanyak 75.385 Kosmetik Bersertifikasi Halal Sejak 2017

Direktur Utama LPPOM MUI, Muti Arintawati menyampaikan, saat masih dalam masa transisi. Perusahaan kosmetik masih memiliki waktu lima tahun ke depan hingga 2026 untuk mempersiapkan pemenuhan regulasi dengan melakukan sertifikasi halal produk.¹ Berdasarkan data LPPOM MUI, sejak 2017 jumlah perusahaan kosmetik yang sudah melakukan sertifikasi halal sejumlah 794 perusahaan, dengan 1.913 sertifikat dan 75.385 produk kosmetik," katanya dalam webinar halal internasional yang diselenggarakan LPPOM MUI bersama PT Pamerindo Indonesia dengan tema "Get into Indonesia Cosmetics Market: Halal and Labeling Requirements".

Advisor Pelayanan Audit Halal LPPOM MUI, Mulyorini R. Hilwan menyampaikan ada lima alasan kosmetik perlu disertifikasi halal. Di antaranya memenuhi konsumen muslim, keunggulan kompetitif, memenuhi peraturan pemerintah, beberapa bahan kosmetik kritis dari segi kehalalannya, serta beberapa kosmetik tahan air (Republika.co.id, 2021).

2. Industri Kosmetik Pertanyakan Urgensi Sertifikasi Halal

Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) memberikan dampak ke berbagai jenis sektor dan produk. Perkosmi sendiri melihat dampak UU tersebut lebih luas dibandingkan pelaksanaan sertifikasi halal saat ini. Sertifikasi halal mencakup dua hal, yakni fasilitas produksi dan produk. Untuk fasilitas produksi mencakup adanya sistem jaminan halal bagi pabrik. Sementara untuk sertifikasi produk yakni akan diberikan sertifikat halal untuk produk. Pelaksanaan UU JPH memberikan dampak dari hulu hingga hilir. Artinya, bukan hanya bagi pabrik saja, tapi juga termasuk proses pemasaran, distribusi, dan pemasangan di toko harus dilakukan pemisahan.

Hal tersebut tidaklah mudah mengingat kosmetik adalah produk yang unik dan tidak bisa disamakan dengan makanan, minuman, serta obat-obatan. Kosmetik merupakan benda yang pemakaiannya di luar. Perkosmi menyarankan sebaiknya sertifikasi halal hanya diberlakukan bagi kosmetik yang mengklaim produknya halal. Dewi mengatakan dari sisi urgensi, sertifikasi halal masih menjadi pertanyaan dari sebagian besar anggota Perkosmi. "Dari sisi teknis, kendala yang

harus dihadapi asosiasi sangatlah besar," ujarnya.

Dia menjelaskan, bahan baku kosmetik yang digunakan saat ini 90 persennya masih impor. Jumlah jenis bahan baku yang dipakai untuk kosmetik ada 76 ribu jenis. Berdasarkan data dari Badan Pengawas Obat-obatan dan Makanan (BPOM), produk kosmetik yang telah diregistrasi hingga Agustus 2016 berjumlah 110 ribu produk. Jumlah ini lima kali lebih besar dari produk obat. Apabila sertifikasi halal diwajibkan untuk kosmetik maka akan menambah kompleksitas. Belum lagi saat ini infrastruktur dan perangkat untuk melakukan sertifikasi halal kosmetik belum memadai. Misalnya saja belum tersedianya daftar positif atau negatif bahan baku kosmetik yang halal dan yang tidak. Hal tersebut hanya akan menambah beban bagi pelaku perusahaan kosmetik untuk memverifikasi produknya. Dewi menyebut formula kosmetik jauh lebih kompleks dari makanan.

Dari satu formula, bisa terdiri dari 10 hingga 30 bahan baku. Pemasok satu jenis bahan baku biasanya berjumlah banyak. Sementara itu, verifikasi bahan baku harus dimulai hingga ke sumbernya. Terkadang, satu pemasok mempunyai beberapa pabrik di lokasi berbeda. "Ini juga yang menjadi tantangan bagi industri kosmetik untuk melakukan sertifikasi halal," ujar Dewi (Republika.co.id, Ekonomi, 2016).

3. Industri Kosmetik Semakin Sadar Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal menjadi daya saing dalam industri kosmetika Indonesia. Kesadaran untuk sertifikasi halal produk kosmetik saat ini terus meningkat. Menurutny dari segi nilai, kosmetik halal di Indonesia lebih banyak daripada kosmetik yang belum halal. "Implementasi regulasi kosmetik di Indonesia sudah baik, meski ada beberapa poin yang perlu ditingkatkan," kata Ketua Umum Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi) Sancoyo Antarikso dalam webinar halal internasional yang diselenggarakan LPPOM MUI bersama PT Pamerindo Indonesia Rabu (2/12).

Menurutnya, Indonesia menjadi salah satu pengadopsi awal regulasi kosmetik. Namun, lanjutnya, ada beberapa tantangan yang dihadapi industri kosmetik di Indonesia. Diantaranya, tidak semua produk kosmetik yang diedarkan dan diperdagangkan di Indonesia telah bersertifikat halal. Selain itu masih banyak produk kosmetik impor yang juga tidak tersertifikasi halal. Menurutny, perlu percepatan sertifikasi halal produk kosmetik di berbagai sisi karena minat dan kebutuhan masyarakat terus meningkat. Dan yang penting juga, perlu terciptanya

ekosistem halal seperti tersedianya bahan dasar yang halal di Indonesia.

Direktur Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik BPOM RI Dwiana Andayani menambahkan, selain sertifikasi halal, regulasi juga mengatur persyaratan label untuk produk kosmetik di Indonesia. Menurutnya, ada kriteria tersendiri untuk label kosmetik. Seperti segala informasi berupa gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan dalam kosmetik. Label dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau sebagai bagian dari kemasan, dan yang dicetak langsung pada kosmetik produk.

Sementara aturan terkait label kosmetik, tertulis dalam Peraturan BPOM Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika. Khususnya, dalam Pasal 2, penandaan pada label kosmetik harus memenuhi beberapa kriteria. Pertama, lengkap dengan mencantumkan semua informasi yang dipersyaratkan, seperti nama produk, keunggulan, cara penggunaan, bahan, produsen, masa kadaluarsa, dan sebagainya. Kedua, obyektif dengan memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat keamanan dan kemanfaatan kosmetika. Ketiga, tidak menyesatkan dengan memberikan informasi yang jujur, akurat, dapat dipertanggung jawabkan, dan tidak boleh memanfaatkan kekhawatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan. Keempat, tidak menyatakan seolah-olah sebagai obat atau bertujuan mencegah suatu penyakit (Republika.co.id, Ekonomi, 2021).

KESIMPULAN

Sertifikasi halal menjadi salah satu bagian penting yang mendorong kemajuan usaha yang menghasilkan produk kosmetik. Karena hanya produk yang benar-benar memenuhi standar yang sudah ditentukan yang dapat mendapatkan sertifikasi halal. Maka dari itu, jika pengusaha dapat mensertifikasi halal produknya, maka menjadi jaminan atas kualitas produk pengusaha yang bersangkutan. Sertifikasi halal dapat menjadi jawaban sebagai jaminan penerapan standard yang sesuai dengan norma agama, industri, dan bisnis. Dengan melakukan sertifikasi halal, maka konsumen menjadi lebih percaya terhadap kualitas produk halal tersebut karena penerapan standard yang terjamin. Jadi bagi perusahaan kosmetik, untuk lebih meningkatkan minat beli konsumen harus memiliki sertifikasi halal yang telah ditetapkan oleh MUI.

Saran dari peneliti kepada peneliti lain yang tertarik pada bidang aspek strategi pemasaran halal industri. Penelitian ini bisa dijadikan salah satu inspirasi. Sebagai suatu karya tulis, makalah ini memerlukan sumbang saran dan kritik agar kedepannya dapat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasanuddin, Sholeh Asrorun Ni'am (2013). Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia. Fatwa/1Majelis Ulama Indonesia Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standarisasi Fatwa Halal
- Fatwa Musyawarah Nasional VI Majelis Ulama Indonesia Nomor: 2/MUNAS VI/MUI/2000 tentang Penggunaan Organ Tubuh, Ari-Ari, Dan Air Seni Manusia Bagi Kepentingan Obat-Obatan Dan Kosmetika.
- Hasil Ijtima Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III di Padang Panjang tentang Konsumsi Makanan Halal.
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor : 11 Tahun 2009 tentang Hukum Alkohol
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang Penggunaan Plasenta Hewan Halal untuk Kosmetika dan Obat Luar
- Sopa, *Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia (Studi Atas Fatwa Halal MUI/Terhadap Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetika)*, (Jakarta: GP Press, 2013), Adisasmito, dan Wiku. "Analisis Kebijakan Nasional MUI dan Badan Pengawas Obat dan Makanan Dalam Labeling Obat dan Makanan". Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan Badan Pengawas Obat dan Makanan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. (2010).
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia <http://www.pom.go.id/new/view/direct/kksispom>.
- Republika.co.id. (2016, Oktober 01). *Ekonomi*. Dipetik April Selasa, 2022, dari Industri Kosmetik Pertanyakan Urgensi Sertifikasi Halal: <https://republika.co.id/berita/oec2ot384/industri-kosmetik-pertanyakan-urgensi-sertifikasi-halal>
- Republika.co.id. (2021, Desember Jumat). *Ekonomi*. Dipetik April Selasa, 2022, dari Sebanyak 75.385 Kosmetik Bersertifikasi Halal Sejak 2017: <https://www.republika.co.id/berita/r3i03p457/sebanyak75385-kosmetik-bersertifikasi-halal-sejak-2017>
- Republika.co.id. (2021, Desember 2021). *Ekonomi*. Dipetik April Selasa, 2022, dari Industri Kosmetik Semakin Sadar Sertifikasi Halal: <https://ihram.republika.co.id/berita/r3hpm4366/industri-kosmetik-semakin-sadar-sertifikasi-halal>