

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembelian kosmetik pada santri mahasiswa Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri merupakan suatu hal yang tidak tabu lagi, bagi santri kosmetik merupakan suatu barang yang harus dikonsumsi sebagai upaya seseorang dalam menjaga dan merawat anugrah Allah atas bentuk yang sempurna.

Pada penelitian ini peneliti menganalisis perilaku konsumen muslim dalam pembelian kosmetik wardah perspektif etika konsumsi Islam, teori yang digunakan peneliti yakni teori Haedar Naqvi yang mana terdapat 4 aspek Tauhid (Unity/kesatuan), Adil (Equilibrium/keadilan), Free Will (Kehendak Bebas), Amanah (Responsibility/ Pertanggungjawaban).

Hasil penelitian ini secara umum menunjukkan bahwa perilaku konsumen muslim di Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri sesuai dengan etika konsumsi Islam hal ini dapat dilihat dari:

1. Aspek tauhid dimensi ibadah konsumen dalam mengkonsumsi kosmetik menganggap suatu kebutuhan yang diperbolehkan Islam dan merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah. Sedangkan untuk dimensi hukum dari ke 5 responden 3 responden kriteria kosmetik halal dan 2 responden cukup BPOM dan harga terjangkau.
2. Aspek adil dimensi kesesuaian antara materiil dan syari'ah faktor yang diutamakan dalam konsumen dalam memilih kosmetik yakni kecocokan dan

harga yang terjangkau dan disini konsumen tidak memperhatikan komposisi yang tertera di kemasan kosmetik dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen pada bahan yang digunakan dalam pembuatan kosmetik. Sedangkan dalam dimensi kepuasan spiritual konsumen puas akan adanya kosmetik.

3. Pada aspek kehendak bebas dimensi keuntungan dan manfaat konsumen mendapatkan keuntungan dan kemanfaatan dengan adanya kosmetik. Dan dalam dimensi pengetahuan dan kehendak Allah konsumen mengetahui produk kosmetik wardah dari teman, iklan, instagram dan ketika konsumen membeli kosmetik tidak ada paksaan dari siapapun dan berdasarkan kehendaknya sendiri.
4. Yang terahir aspek amanah dimensi tanggung jawab konsumen mampu mempertanggung jawabkan dengan cara mengajak temannya yang belum menggunakan kosmetik halal.

B. Saran

Setelah peneliti menyelesaikan penelitian ini maka ada beberapa saran yang peneliti tawarkan sebagai bentuk dari buah penelitian ini diantaranya:

1. Bagi seluruh masyarakat untuk lebih memperdalam lagi pengetahuannya mengenai produk-produk kosmetik berlabel halal dan bisa memanfaatkan *gatgetnya* untuk mencari informasi terkait kosmetik yang halal dan aman untuk dikonsumsi.
2. Bagi produsen kosmetik berlabel halal yang sudah mendapatkan izin dari BPOM lebih memperluas jaringan pemasarannya baik *online* maupun

offline dan harus selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan umat manusia.

3. Pada kajian berikutnya diharapkan peneliti bisa menggali fenomena terkait kosmetik berlabel halal sehingga dapat lebih memperkaya wawasan variasi pada kosmetik berlabel halal (wardah).

