

**PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP  
PENCANTUMAN  
LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK  
(Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk  
Kajen Kab. Pekalongan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

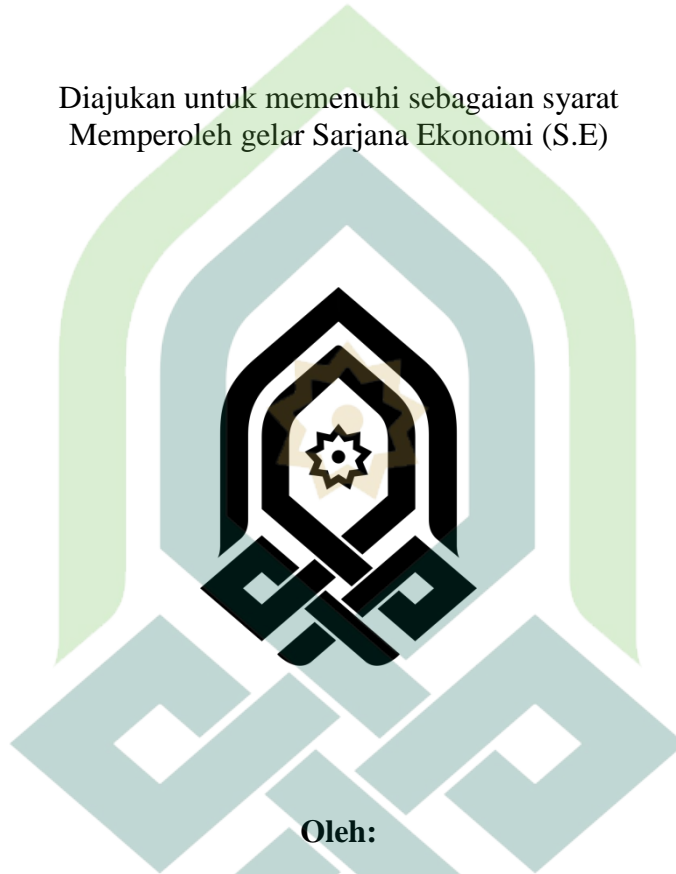
**NEVATUN SHOLIKHAH**  
NIM. 2013214413

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2019**

**PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP  
PENCANTUMAN  
LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK  
(Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk  
Kajen Kab. Pekalongan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**NEVATUN SHOLIKHAH**  
NIM. 2013214413

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2019**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nevatun Sholikhah  
NIM : 2013214413  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam / Ekonomi  
Syariah  
Judul Skripsi : Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Pencantuman  
Label Halal Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus  
Toko Komsetik di Pasar Induk Kajen Kabupaten  
Pekalongan)

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 10 Desember 2018

Yang Menyatakan

  
**NEVATUN SHOLIKHAH**  
**NIM. 2013214413**

## NOTA PEMBIMBING

**Agus Fakhрина, M.S.I**

GTA Jl. Seroja No. 25 Rt 08 / Rw 04

Tanjung Tirto Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nevatun Sholikhah

Kepada Yth.

Ketua IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di

PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Nevatun Sholikhah

NIM : 2013214413

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk Kajen Kabupaten Pekalongan)

dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 10 Desember 2018

Pembimbing,

Agus Fakhрина, M.S.I

NIP. 1997701232003121001





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku Kajen Pekalongan, Telp. (0285)  
412575, Fax. (0285) 423418

---

---

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : NEVATUN SHOLIKHAH  
NIM : 2013214413  
Judul : PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP  
PENCANTUMAN LABEL HALAL PADA PRODUK  
KOSMETIK (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar  
Induk Kajen Kab. Pekalongan)

telah diujikan pada hari Selasa, 4 Januari 2019 dan dinyatakan LULUS serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Zawawi, MA

NIP. 19770625008011013

Penguji II

Kuart Ismanto, M.Ag

NIP. 197912052009121001

Pekalongan, 15 Januari 2019

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

جميلة امرأة                      Ditulis                      *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة                                  Ditulis                                  *Fātimah*

خاتمة                                  Ditulis                                  *Khatimah*

4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'.

Contoh:

أمرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alkhamdulillah atas Rahmat-Nya, Karya sederhana ini telah selesai dan saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Esa dan Baginda Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua orang tuaku Bapak Soleh Abdul Ghofar dan Ibu Nuryati, yang telah memberikan segala cinta, kasih, sayang dan do'a yang tidak ada hentihentinya mengalir kepada anak-anaknya.
3. Mas Hermansah yang senantiasa mendampingi dalam segala hal. Terimakasih, semoga Allah SWT selalu memudahkan segala urusan.
4. Ibu Kos, Ibu Maul yang sudah menjaga serta melindungi saya layaknya sebagai anaknya dan telah memberikan tempat tinggal untuk Saya selama 1,5 tahun.
5. Sahabat kecilku Gita Fuji Annisa, yang tidak ada hentinya memberikan semangat dan mengingatkan saya untuk mengerjakan skripsi.
6. Tanti, Ega dan Aulia sahabat kosku yang sering aku usilin dan selalu bercanda bareng.
7. Nia, Silvi, Zannita, dan Mb Ismi, teman-teman kuliah yang dari awal masuk langsung akrab dan menajdi sahabat sampai sekarang, yang sudah saya anggap sebagai keluarga sendiri karena kebaikan mereka selama 3 tahun lebih, semoga tali silaturahmi kami tetap terjaga.
8. Para sahabatku, yaitu semua teman-teman Ekosy yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu pesatu khususnya Ekosy L yang berkenan mendengarkan, membantu dan memberikan semangat, terimakasih atas dukungannya.
9. Teman-teman PPL Kementrian Agama Kabupaten Pekalongan dan Tim KKN Angkatan 44 2018 Kelompok 11 Pokja IAIN Pekalongan, yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya untuk mengerjakan skripsi.
10. Pihak UPT Pasar Kajen Kabupaten Pekalongan yaitu pimpinan dan semua pegawai UPT Pasar Kajen yang telah bersedia membantu apapun yang saya perlukan untuk skripsi ini.



### **MOTTO**

Untuk mendapatkan kesuksesan keberanian harus lebih besar  
daripada ketakutan  
An ant do a million step to get sugar



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan bagi kita dengan menganugerahkan nikmat yang berupa ilmu dan amal. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan dan idola kita Nabi besar Sayyidina Muhammad SAW yang senantiasa menjadi suritauladan bagi seluruh umat manusia yang berupa akhlak mulia.

Skripsi ini menyuguhkan sebuah pembahasan tentang Persepsi konsumen muslim terhadap pencantuman label halal pada produk kosmetik di Pasar Induk Kajeun Kabupaten Pekalongan. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini menganalisis bagaimana konsumen muslim memilih produk kosmetik yang berlabel halal. Penyusunan Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk menyelesaikan studi pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Disamping itu, penulis juga menyumbangkan pikiran mengenai bagaimana memilih produk kosmetik yang aman dan berlabel halal.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam penyelesaian penulisan Skripsi ini sehingga dapat selesai. Yaitu:

1. Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Pekalongan.
3. Agus Fakhrina, M.S.I selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah.
4. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.

5. Agus Fakhрина, M.S.I. Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu membimbing dan mengajarkan penulis dalam menyusun Tugas akhir ini.
6. Alm. Drs. Ahmad Rifa'i, M.Pd.i selaku Dosen Pembimbing Akademik selama 3,5 tahun, semoga beliau diberikan tempat yang terbaik oleh-Nya.
7. Bapak Muhammad Masrur, M. Ei selaku Dosen Pembimbing Akademik selama 1(satu) semester, semoga beliau selalu diberikan kesehatan.
8. Para Dosen yang selama ini telah mendidik penulis
9. Seluruh pegawai yang ada di Pasar Induk Kajen Kabupaten Pekalongan yang selalu membimbing dan memberikan informasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Bapak. Ibu, Kakak, dan sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan kontribusi moral dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih sangat sederhana dan masih banyak kekurangan baik substansi materi, gaya bahasa, cara penulisannya, dan sebagainya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi kebaikan bersama.

Akhirnya semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk kita bersama.

Pekalongan, 10 Desember 2018

Penulis,



NEVATUN SHOLIKHAH

NIM. 2013214413

## ABSTRAK

Nevatun, Sholikhah. 2018. **Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Percantuman Label Halal Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk Kajen Kabupaten Pekalongan)**. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

**Dosen Pembimbing : Agus Fakhрина, M.S.I**

Pada dasarnya persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya. Rumusan masalah dalam Tugas Akhir yang diajukan adalah Bagaimana kriteria produk kosmetik dapat dikatakan halal untuk konsumen muslim, dan Apa persepsi konsumen muslim terhadap pentingnya label halal pada Produk Kosmetik.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah konsumen muslim dan informan penelitian ini adalah pegawai pasar induk kajen kabupaten pekalongan dan pemilik toko kosmetik pasar induk kajen. Kriteria produk kosmetik yang aman digunakan memperhatikan label halal pada kemasan produk kosmetik dan tanggal kadaluarsa.

Temuan penelitian ini menyimpulkan bahwa penjual kosmetik tidak mengetahui tentang pentingnya label halal dalam produk kosmetik. Dari delapan informan penjual kosmetik ada tiga informan yang masih menjual produk kosmetik yang tidak berlabel halal. Sementara itu, konsumen muslim masih banyak membeli produk kosmetik yang tidak berlabel halal, bahkan tidak memperhatikan label halal dalam produk kosmetik. Dari sepuluh konsumen muslim yang membeli produk kosmetik ada enam yang menganggap label halal sangat penting untuk kenyamanan dan keamanan pada wajah saat digunakan.

**Kata Kunci: Konsumen Muslim, Persepsi Tentang Halal, Kriteria**





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
D. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	10
1. Pengertian Persepsi .....	10
2. Konsumen Muslim .....	19
3. Label Halal .....	22
4. Kriteria Produk Kosmetik Halal .....	30
B. Kerangka Berpikir .....	35
C. Penelitian Terdahulu .....	36



### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	39
1. Pendekatan dalam penelitian.....	39
2. Jenis Penelitian.....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	40
C. Subjek Informan dan Objek Penelitian .....	40
1. Subjek Penelitian.....	40
2. Informan Penelitian.....	40
3. Objek Penelitian.....	40
4. Teknik Penelitian Subjek.....	41
D. Sumber Data.....	42
1. Data Primer.....	42
2. Data Sekunder.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
1. Observasi.....	42
2. Wawancara.....	43
3. Dokumentasi.....	43
F. Validitas Data.....	44
G. Metode Analisis Data.....	
1. Reduksi Data.....	46
2. Penyajian Data.....	46
3. Menarik Kesimpulan.....	46
H. Langkah-langkah Penelitian.....	47
1. Tahap-tahap Pra Lapangan.....	47
2. Tahap Penelitian.....	47
3. Tahap Analisis Data.....	47

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	48
1. Profil Pasar Tradisional Kab. Pekalongan UPT Pasar Kajen.....	48



2. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pengelola Pasar Induk Kaje Kabupaten Pekalongan.....	49
3. Sarana dan Prasarana Pasar Induk Kaje Kabupaten Pekalongan .....	54
4. Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Induk Kaje Kabupaten Pekalongan .....	55
5. Toko Kosmetik.....	56
B. Pembahasan.....	60
1. Kriteria Produk Kosmetik yang dapat Dikatakan Aman Menurut Konsumen.....	64
2. Persepsi Konsumen Muslim terhadap Pentingnya Label Halal pada Produk Kosmetik.....	66
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk Kosmetik Halal menurut LPPOM MUI .....	33
Tabel 2.1 Data Pedagang Pasar Induk Kaje.....	55
Tabel 3.1 Daftar Nama Penjual Kosmetik di Pasar Induk Kaje .....	56





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Label Halal .....	4
Gambar 2.1 Label Halal Resmi MUI.....	5
Gambar 3.1 Triangulasi Metode .....	45
Gambar 3.2 Struktur Organisasi UPT Pasar Kajej .....	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi APPSI Komariat Pasar Kajej .....	53







## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pedoman Wawancara

Lampiran B Wawancara dengan Pemilik Toko Kosmetik

Lampiran C Wawancara dengan Konsumen Muslim

Lampiran D Dokumentasi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan atas dasar tertentu. Manusia membutuhkan sandang, pangan, rumah, rasa aman, dicintai, harga diri dan aktualisasi diri untuk hidup.

Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orang tua, kebutuhan wanita berbeda dengan kebutuhan pria. Bagi wanita khususnya penampilan sangat penting, karena wanita selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar di industri pasar.<sup>1</sup>

Disadari atau tidak, dalam sehari-hari kehidupan wanita tidak bisa terlepas dari kosmetik, produk perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita mulai dari bangun tidur sampai menjelang tidur. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan berbagai macam inovasi produk.

Menurut Philip Kotler, Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

---

<sup>1</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 209-210.

Produk bisa berupa benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan (ide). Jenis produk (product item) adalah unit produk yang bisa dibedakan menurut ukuran, harga, penampilan, atau beberapa atribut lain.<sup>2</sup>

Persaingan antar pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis kosmetik yang beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri. Membanjirnya produk kosmetik di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Ketatnya persaingan bisnis industri kosmetik menuntut perusahaan untuk mengetahui hak-hak konsumen, yaitu meningkatkan produk-produk kosmetik yang bermutu dan aman. Salah satunya adalah dengan pencantuman label halal pada produk kosmetik dan membentuk brand image (citra merek) yang baik di mata konsumen sehingga menimbulkan minat untuk membeli di benak konsumen.

Strategi mengembangkan produk melalui label halal perlu untuk dilakukan. Karena dengan mencantumkan label halal pada kemasan produk yang akan dijual di pasaran dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Hal tersebut dikarenakan, produk Kosmetik yang telah dinyatakan halal cenderung aman dan terhindar dari kandungan minyak babi dan alkohol yang berlebihan. Konsumen Muslim bukan saja harus memakai Kosmetik yang aman secara fisik, tetapi juga

---

<sup>2</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, dan Implementasi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 30.

kosmetik yang aman secara keyakinan, yaitu Kosmetik Halal. Ketentuan Kosmetik Halal dalam ajaran Islam sangat mempengaruhi semua Konsumen Muslim untuk menentukan Kosmetik yang akan dipakai.

Allah telah menegaskan dalam Al-qur'an surat Al-Maidah ayat 3 :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi”.

(Qs. Al-Maidah: 3)

Dalam ayat di atas, kata “memakan” tidak hanya bermakna memakan lewat mulut, tapi memakan tersebut juga berarti mengonsumsi dalam artian menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik.

Kosmetik yang tidak halal berarti dalam proses pembuatannya menggunakan zat-zat yang diharamkan secara islam. Bagi umat islam menyadari hal tersebut akan menciptakan perasaan tidak tenang dan keraguan saat menggunakannya, apalagi saat beribadah sholat. Selain keraguan yang timbul akibat kesalahan pemilihan kosmetik masalah-masalah kesehatan juga menjadi ancaman bagi konsumen. Masalah-masalah yang timbul akibat efek samping dari kesalahan pemilihan kosmetik membuat konsumen melakukan banyak pertimbangan sebelum membeli. Kosmetik mengandung daftar panjang bahan kimia. Sebagian besar diantaranya sintesis dan berbahan dasar minyak bumi, yang dapat memicu masalah-masalah kesehatan seperti iritasi kulit hingga yang paling berat seperti kanker (health.detik.com). sikap yang lebih teliti terhadap label produk dapat membantu konsumen menemukan kosmetik yang paling sehat dan aman di pasaran.

Label halal yang terdapat pada kemasan produk kosmetik, akan mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi suatu produk. Di Indonesia penggunaan label halal sangatlah mudah ditemukan, pada produk makanan umumnya. Suatu produk yang tidak jelas bahan baku dan cara pengolahannya dapat saja “ditempeli” tulisan halal (dengan tulisan Arab), maka seolah-olah produk tersebut telah halal dikonsumsi. Berikut dua label halal yang sering digunakan produsen untuk memberikan informasi kehalalan produknya.



**Gambar 1.1** Label halal tanpa ada nama lembaga yang menjaminkannya

Sumber: [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)

Konsumen yang kurang memiliki pengetahuan tentang pencantuman label halal akan beranggapan bahwa label halal (seperti gambar di atas) yang tercantum dalam produk yang dibelinya adalah label halal yang sah. Padahal penentuan label halal pada suatu produk, tidak bisa hanya asal tempel, harus dilakukan berdasarkan ketentuan-ketentuan syari'at Islam yang melibatkan pakar dan berbagai disiplin ilmu, baik agama maupun ilmu-ilmu yang lain mendukung.



Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang kompeten untuk melakukan penjaminan kehalalan produk. Dalam kerjanya peran MUI dibantu oleh LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini dibentuk untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan agar dapat memberikan rasa tenang pada umat tentang produk yang dikonsumsi. Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang memberi sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal. Berikut label halal resmi MUI.<sup>3</sup>



**Gambar 2.1.** Label halal resmi MUI

Sumber: [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

<sup>3</sup> Wiku Adisasmito. "Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan", (Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia 2008).

Dengan adanya LPPOM-MUI seolah memberikan angin segar bagi masyarakat muslim Indonesia dalam memperoleh produk halal. Pemberian label halal pada suatu produk, sedikit banyak akan mengurangi keraguan konsumen muslim akan kehalalan produk yang dibeli.

Produk kosmetik sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Keamanan kosmetik yang digunakannya sudah semakin meningkat sejalan dengan munculnya berbagai kasus dampak penggunaan bahan berbahaya dalam kosmetik secara terbuka selain itu, kehalalan suatu produk kosmetik juga menjadi pertimbangan para konsumen, terutama konsumen muslim dan beberapa bahan yang merupakan titik kritis kehalalan dalam kosmetika seperti, lemak, elastis, ekstrak plasenta, asam alfa hidroksil dan hormon. Berbeda dengan makanan, kosmetik tidak diserap secara langsung oleh tubuh.

Konsumen muslim harus lebih selektif terhadap kehalalan suatu produk kosmetik seperti Wardah, La Tulipe, Lovely, Sariayu, Garnier, Purbasari, Inez, Mustika Ratu dan lain sebagainya. Terutama pada konsumen wanita yang setiap harinya selalu menggunakan kosmetik untuk menambah rasa percaya diri dalam berpenampilan. Hal tersebut dikarenakan produk kosmetik yang dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya.

Toko Kosmetik yang ada di Pasar Induk Kajen Kab. Pekalongan sangatlah mudah untuk kita temui. Banyak kios toko kosmetik yang menjual produk kosmetik yang berlabel Halal. Produk yang sering di beli oleh konsumen adalah

produk Wardah, Garnier, Mustika Ratu, Latulipe, Sariayu, Purbasari. Produk kosmetik itu sering di beli oleh konsumen terutama konsumen muslim karena produk tersebut sudah tercatat ke Halalnya di BPOM dan LPPOM.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk membuat penelitian berjudul: **“PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PENCANTUMAN LABEL HALAL PADA PRODUK KOSMETIK (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk Kajen Kab. Pekalongan)”**.



## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kriteria produk kosmetik dapat dikatakan aman menurut konsumen muslim ?
2. Apa persepsi konsumen muslim terhadap pentingnya label halal pada Produk Kosmetik?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **a. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen muslim terhadap pentingnya label halal pada produk kosmetik.
2. Untuk mengetahui Bagaimana kriteria produk kosmetik dapat dikatakan aman untuk konsumen muslim.

### **b. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Bagi Peneliti**

Peneliti ini juga memperkaya khasanah kajian Ilmiah dibidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan persepsi konsumen muslim dalam hubungannya dengan keputusan membeli.

#### **2. Bagi Pembaca**

Diharapkan pembaca mengetahui dan memilih gambaran yang jelas mengenai label halal dalam produk kosmetik, memperluas wawasan manajemen pemasaran khususnya di Produk Kosmetik.

#### D. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah pembahasan, maka penulis penelitian ini disistematiskan menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut:

- |         |                              |   |
|---------|------------------------------|---|
| BAB I   | PENDAHULUAN                  | Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, dan sistematika penulisan.   |
| BAB II  | TINJAUAN PUSTAKA             | Bab ini memuat landasan teori, kerangka berfikir, dan tinjauan pustaka.   |
| BAB III | METODE PENELITIAN            | Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek informan dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, validitas data, metode analisi data, dan langkah-langkah penelitian. |
| BAB IV  | ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan.   |
| BAB V   | PENUTUP                      | Bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan simpulan dan saran.   |



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Konsumen menyatakan bahwa dia membeli produk kosmetik yang berlabel halal karena sangat percaya bahwa label halal itu penting dan dapat menjamin produk tersebut aman untuk digunakan. Bahkan dia juga memperhatikan tanggal kadaluwarsa yang ada dalam produk kosmetik untuk mengetahui umur pemakaian dan kelayakan pemakaian atau penggunaan produk.

Konsumen muslim masih banyak membeli produk kosmetik yang tidak berlabel halal, bahkan tidak memperhatikan label halal dalam produk kosmetik. Dari sepuluh konsumen muslim yang membeli produk kosmetik ada enam yang menganggap label halal sangat penting untuk kenyamanan dan keamanan pada wajah saat digunakan. Produk kosmetik yang mereka beli harus yang halal karena bisa digunakan saat sholat, karena banyak kosmetik yang mengandung bahan-bahan yang tidak aman dan haram digunakan untuk campuran pada kosmetik seperti alkohol, minyak babi, gluten dan lain-lain.



## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi penjual kosmetik yang ada di pasar Induk Kajen Kabupaten Pekalongan diharapkan lebih memperhatikan barang yang dijual untuk konsumen muslim.
2. Sebaiknya penjual kosmetik lebih memilih menjual kosmetik berlabel halal, agar saat digunakan aman dan tidak membahayakan konsumen yang membeli.
3. Bagi konsumen muslim lebih berhati-hati dalam memilih produk kosmetik yang aman dan halal digunakan dalam sehari-hari seperti sholat.
4. Sebaiknya konsumen muslim membeli produk kosmetik yang berlabel halal karena label halal dalam produk kosmetik sangat penting dan aman untuk digunakan jangan terpengaruh dengan produk kosmetik yang murah dengan hasil yang sangat cepat.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, dan Implementasi*. Jakarta: Erlangga.
- Robbins, Stephen P. 1992. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*. Malang: Maliki Press.
- Sunyono, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- M. M Metwally. 1995. *Teori dan Model Ekonomi Islam*. Jakarta: Bangkit Daya Insana.
- Harahap, Isnaini. 2017. *Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: PT. Balebat Dedikasi Prima.
- Apriyanto. 2003. *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayan.
- Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing Plan dan Bisnis Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Triyanto, Agus. 2012. *Hukum Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Gaspersz, vincent. 1997. *Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Gramedia.
- Wagito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip. 1988. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta: Bumi Aksara.



- Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Satnto, William. 1984. *Prinsip Pemasaran Edisi Krtujuh jilid ke-1, Alih Bahasa oleh Y. Lamarto*. Jakarta: Erlangga.
- Azwar, Saifuddin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2008. *Metode dan Teknik Pengumpulan Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kartono, Kartini. 1996. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Sugiono. 2001. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsini. 2001. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharsaoutra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- M. Djunaidi Ghony dan Fausan Almanshur. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis, Edisi ke-1, cet ke-1*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabet.
- Kahmad, Dadang. 2009. *Metode Penelitian Agama*. Bandung: Pustaka Setia.
- M. Quraish Shihab. 2012. *Al-Lubab Makna, Tujuan, Dan Pelajaran Dari Surah-Surah Al-Qur'an*. Tangerang: Lentera Hati.
- K.H Ma'ruf Amin. 2011. *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*. Jakarta: Erlangga.

## B. Hasil Penelitian/Jurnal/Skripsi

- Adissasmito, Wiku. 2008. Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan: *Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia*.
- Niswah, Farokhah. 2012. Pengaruh Pencantuman Label halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.
- Puji Lestari Reski Fitriani. 2014. Urgensi Label Halal Pada Kosmetik Bgai Wanita Muslim. *Skripsi*. Jember: Universitas Jember.
- Wibisono, M. Agung. 2007. Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Labelisasi Halal makanan Kaleng Dengan Pengumpulan Keputusan Pembelian pada Konsumen Muslim Di Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Widodo, Tri. 2015. Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi kasus mahasiswa universitas muhammadiyah surakarta). *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Wahyuni, Meika. 2015. Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal pada (Studi kasus PT. Rocket Chiken Indonesia Cabang Bojo Kendal). *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo.
- Mualim, Nur Rozaq. 2017. Tinjauan Labelisasi Halal dan Atribut Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Kudus. *Skripsi*. Kudus: STAIN.
- Nasution, Chayrinnisha. 2018. Wanita dan Kosmetika (Studi Etnografi tentang Mahasiswa FISIP USU Terhadap Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal. *Skripsi*. Sumatra Utara: universitas Sumutra Utara.
- Kusmawati, Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal pada Mahasiswa Muslim, *Jurnal Psikolog Itegratif Vol. 2 No. 1 Edisi Juni 2014*.



### C. Internet

<http://www.halalmui.org> di akses pada Tanggal 23 Januari 2018

Jam 10.30 wib.

<http://e-lppommui.org> di akses pada Tanggal 11 Januari 2018

Jam 11.20 wib.

<http://googleweblight.com/?lite-url> di akses pada Tanggal 11 Januari 2018

Jam 09.30 wib.

<http://m.dailymoslem.com/news/ini-dia-ketentuan-kosmetik-halal-menurut-mui> di akses pada Tanggal 11 Januari 2018 Jam 09.10 wib.

<http://www.tribunnews.com> di akses pada Tanggal 28 Maret 2018 Jam 14.00



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS DIRI

1. Nama Lengkap : Nevatun Sholikhah
2. Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 26 November 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Ds. Karyomukti Dk. Bubak, RT. 03/04  
Kec. Kesesi Kab. Pekalongan
6. Alamat Email : [nevasholikhah26@gmail.com](mailto:nevasholikhah26@gmail.com)

### IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Soleh Abdul Ghofar
2. Nama Ibu : Nuryati
3. Alamat : Ds. Karyomukti Dk. Bubak, RT. 03/04  
Kec. Kesesi Kab. Pekalongan

### RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS

1. TK PERTIWI KARYOMUKTI Lulus Tahun 2002
2. SDN 02 KARYOMUKTI Lulus Tahun 2006
3. SMP N 2 KESESI Lulus Tahun 2011
4. SMA N 1 BODEH Lulus Tahun 2014
5. IAIN PEKALONGAN Lulus Tahun 2019

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 4 Januari 2019

Penulis,



Nevatun Sholikhah

NIM. 2013214413







DOKUMENTASI







Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan









KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan  
Website: [www.febi.iainpekalongan.ac.id](http://www.febi.iainpekalongan.ac.id) Email: [febi@iainpekalongan.ac.id](mailto:febi@iainpekalongan.ac.id)

Nomor : 688/In.30/M.6/PP.00.9/08/2018  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

20 Agustus 2018

Kepada Yth,  
Kepala UPT Pasar Induk Kajen Kabupaten Pekalongan  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Nevatun Sholikhah

NIM : 2013214413

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Pencatuman Label Halal Pada Produk Kosmetik (Toko Kosmetik Di Pasar Induk Kajen Kabupaten Pekalongan)".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

A.n Dekan  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Agus Fakhrina, M.S.I.  
NIP. 197701232003121001





PEMERINTAH KABUPATEN PEKALONGAN  
 DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN DAN KOPERASI,  
 USAHA KECIL DAN MENENGAH  
 UPT PASAR KAJEN

Jalan Diponegoro Kajen, Pekalongan ☒ 51161 e-mail : kajenpasar@gmail.com

SURAT KETERANGAN

No : 02/psr kjn/XII/2018

Kepada Yth.  
 DEKAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Di  
 IAIN PEKALONGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Plt ka.UPTD Pasar Kajen Kabupaten  
 Pekalongan, menerangkan bahwa :

Nama : NEVATUN SHOLIKHAH  
 NIM : 2013214413  
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH  
 Judul Penelitian : PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP  
 PENCANTUMAN LABEL HALAL DALAM PRODUK  
 KOSMETIK (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk  
 Kajen Kabupaten Pekalongan)

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Pasar Induk Kajen  
 Kabupaten Pekalongan Fokus pada pemilk toko kosmetik dan konsumen yang  
 membeli produk kosmetik sejak bulan agustus hingga berakhir diawal bulan  
 november 2018. Surat Keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana  
 mestinya.

Pekalongan, 13 Desember 2018

Plt UPTD Pasar Kajen  
 Kab Pekalongan



BUDI TULUS SUWITO. ST

NIP.19821027201001 1 021

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418  
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : NEVATUN SHOLIKHAH

NIM : 2013214413

Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

**“PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PENCANTUMAN LABEL  
HALAL PADA PRODUK KOSMETIK (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk  
Kajen Kab. Pekalongan)”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini  
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,  
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan  
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk  
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama  
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN  
Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam  
karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Februari 2019

  
**NEVATUN SHOLIKHAH**  
NIM. 2013214413

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

