

## **Kosmetik Halal sebagai *Lifestyle* untuk Kesehatan: Studi Takhrij dan Syarah Hadis**

**Wahyudin Darmalaksana, Busro**  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
*yudi\_darma@uinsgd.ac.id*

### **ABSTRACT**

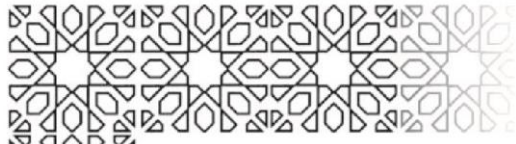
*The Prophet's Hadith teaches halal lifestyle, including halal cosmetics. This study aims to discuss the hadith of halal cosmetics as health. This study uses a qualitative approach through the method of takhrij and syarah hadith analysis of contemporary issues. The results of this study found that the quality status of the halal cosmetic hadith was assessed as *hasan li ghairihi*, in the sense of *maqbul* and *ma'mul bih* for Muslim practice. The conclusion of this study is the hadith of the Prophet about halal cosmetics emphasizes health rather than beauty. This study recommends to consumers, especially manufacturers and regulators to emphasize clean, healthy, and safe guarantees for halal cosmetic products in the world view of the halal lifestyle landscape.*

**Keywords:** *hadith, halal, cosmetics, lifestyle*

### **ABSTRAK**

Hadis Nabi Saw mengajarkan *halal lifestyle* termasuk *halal cosmetic*. Penelitian ini bertujuan membahas hadis kosmetika halal sebagai kesehatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode takhrij dan syarah hadis analisis isu kontemporer. Hasil penelitian ini menemukan status kualitas hadis kosmetika halal dinilai *hasan li ghairihi*, dalam arti *maqbul* dan *ma'mul bih* bagi amalan muslim. Kesimpulan penelitian ini adalah hadis Nabi saw tentang kosmetika halal lebih menekankan kesehatan daripada kecantikan. Penelitian ini merekomendasikan kepada konsemen, khususnya produsen dan regulator untuk menekankan jaminan bersih, sehat, dan aman pada produk kosmetika halal dalam lanskap pandangan dunia *halal lifestyle*.

**Kata kunci:** *hadis, halal, kosmetik, lifesyle*



## A. PENDAHULUAN

Permintaan produk *halal cosmetics* dari 2,4 miliar konsumen muslim di seluruh dunia terus mengalami peningkatan signifikan (Sugibayashi et al., 2019). Konsumsi kosmetik halal global mengalami peningkatan sebesar 4,9 persen tahun 2018 mencapai USD 64 miliar dimana Indonesia menjadi negara kedua sebagai konsumen kosmetik halal global dengan total pengeluaran USD 4 miliar (Sholikhah et al., 2021). Peningkatan konsumen kosmetik halal disebabkan beberapa hal, *pertama*, bisnis dengan labelisasi halal (Choirunnisa & Firmansyah, 2021), *kedua*, sertifikasi halal (Nur & SAPIR, 2021), dan *ketiga*, tingkat religiusitas (Awalia & Lahuri, 2021). Sebagian berpendapat, kosmetik halal merupakan atribut kecantikan sesuai ajaran Islam (Maria, 2020). Namun, sebagian lagi memandang halal sebagai konsep universal bukan eksklusif individu muslim (Hashim et al., 2019; Salahuddin et al., 2017), dimana halal berarti bersih, sehat, dan aman (Kusumaningtyas, 2018). Pandangan ini menegaskan, industri kosmetik halal bukan semata-mata urusan kecantikan, melainkan lebih menekankan kesehatan dilandasi

pandangan dunia *halal lifestyle* (Adinugraha & Sartika, 2019). Islam seperti diajarkan Nabi Saw. sangat menekankan *halal lifestyle* untuk manifestasi kesehatan, termasuk perkara kosmetika (Aziz & Ahmad, 2018). Oleh karena itu, ajaran Nabi Saw. tentang kosmetik halal perlu pengkajian bagi pengayaan khazanah Islam.

Sejumlah ahli telah melakukan penelitian terkait kosmetik halal sebagaimana dalam tinjauan pustaka ini. Antara lain Choirunnisa, R., & Firmansyah, E.A. (2021), "Muslim Consumer Behavior and Purchase," *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*. Penelitian kuantitatif ini menemukan keputusan pembelian produk kosmetik halal dari konsumen muslim di Jawa Barat dipengaruhi oleh faktor labelisasi halal. Kesimpulan penelitian ini adalah bisnis kosmetik label halal sangat kuat mempengaruhi perilaku konsumen (Choirunnisa & Firmansyah, 2021). Nur, I., & Sapir, A.S.M.D. (2021), "Halal Cosmetic Awareness among College Students in Malaysia," *International Journal of Business and Economic Studies*. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif hingga ditemukan

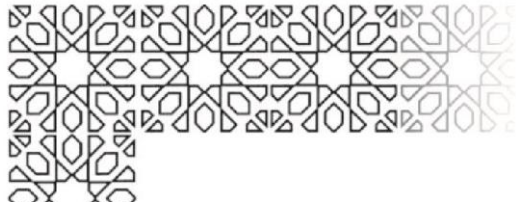


kecenderungan utama konsumen kosmetika halal sebagai dipengaruhi sertifikat halal. Penelitian ini menyimpulkan, sertifikasi halal merupakan pendorong signifikan kesadaran kosmetik halal di Malaysia (Nur & SAPIR, 2021). Awalia, F.T.M., & Lahuri, S. Bin. (2021), "The Influence of Religiosity on Consumer Behavior in Purchasing Halal Label Cosmetics," *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin konsisten orang berperilaku sesuai dengan ajaran agama. Penelitian ini menyimpulkan konsumen produk kosmetik halal dipengaruhi tingkat religiusitas (Awalia & Lahuri, 2021).

Penelitian terdahulu sekaligus tinjauan pustaka bermanfaat untuk menyusun kerangka berpikir bagi landasan teori penelitian ini. Halal dipahami sebagai konsep universal (Hashim et al., 2019; Salahuddin et al., 2017), sebagai standar jaminan kualitas, kebersihan, dan kesehatan (Kusumaningtyas, 2018; Pramintasari & Fatmawati, 2017). Produk halal menjadi isu dunia industri global (Azam &

Abdullah, 2020) meliputi *halal food* (Sthapit et al., 2021), *halal tourism* (Darmalaksana & Busro, 2021; Wibawa et al., 2021), dan *halal cosmetics* (Nur & SAPIR, 2021). Isu halal terangkum dalam pandangan dunia tentang *halal lifestyle* (Adinugraha & Sartika, 2019). Wacana halal di dunia Islam seakan hanya cakupan bidang fiqih (syariah) tetapi pada dasarnya melingkupi seluruh keilmuan Islam melalui term *halalan toyyiban* (Zainuddin et al., 2020), hal ini meliputi berbagai bidang, seperti pariwisata, obat-obatan, makanan, dan kosmetika (Darmalaksana & Busro, 2021; Rachman, 2020; Zainuddin et al., 2020). Rasulullah S.A.W. sangat peduli terhadap kosmetika halal sebagai kesehatan. Bagi Nabi S.A.W., wanita yang ditinggal suaminya, bercelak mata pun tidak boleh, sekalipun celak tersebut dimaksudkan untuk mengobati sakit mata (Waliko, 2015). Tegastlah, ajaran Nabi Saw. tentang kosmetika halal lebih berperan sebagai kesehatan daripada kecantikan.

Berdasarkan paparan di atas, formula penelitian disusun, yaitu rumusan masalah, pertanyaan utama penelitian, dan tujuan penelitian (Darmalaksana, 2020a). Rumusan



masalah penelitian ini adalah terdapat hadis kosmetik halal sebagai kesehatan. Pertanyaan penelitian ini ialah bagaimana hadis kosmetik halal sebagai kesehatan. Adapun pertanyaan terperinci yakni bagaimana teks hadis tentang kosmetika halal, bagaimana status kesahihan hadis tentang kosmetika halal, dan bagaimana syarah hadis tentang kosmetika halal sebagai kesehatan menurut sudut pandang isu kontemporer. Tujuan penelitian ini yaitu membahas hadis kosmetik halal sebagai kesehatan. Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk menambah gemilangnya kekayaan khazanah Islam, khususnya bagi pengguna kosmetika halal.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka (Darmalaksana, 2020b). Penelitian ini menerapkan metode takhrij dan syarah hadis (Darmalaksana, 2020d). Adapun interpretasi digunakan analisis kontemporer (Darmalaksana, 2020c).

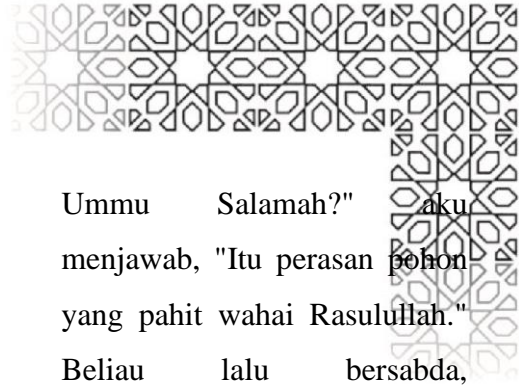
## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Teks Hadis Kosmetika Halal

Berdasarkan penelusuran dengan kata “celak” ditemukan hadis riwayat Imam an-Nasa’i Bab Wanita Berkabung Rukhsah Bersisir dengan Daun ash-Sidr versi al-Alamiah No. 3481 dan versi al-Maktabatu al-Ma’arif Riyadh No. 3537 (Saltanera, 2015). Adapun redaksi hadis di bawah ini:

أَخْبَرَنَا أَحْمَدُ بْنُ عَمْرٍو بْنِ السَّرْحِ قَالَ حَدَّثَنَا ابْنُ وَهْبٍ قَالَ أَخْبَرَنِي مَحْرَمَةٌ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ الْمُغِيرَةَ بْنَ الصَّخَّكَ يَقُولُ حَدَّثَنِي أُمُّ حَكِيمٍ بِنْتُ أَبِي سَيْبٍ عَنْ أُمِّهَا أَنَّ رَوْجَهَا تُؤْفِي وَكَانَتْ تَشْتَكِي عَيْنَهَا فَتَكْتَجِلُ الْجَلَاءَ فَأَرْسَلَتْ مَوْلَاةً لَهَا إِلَى أُمِّ سَلَمَةَ فَسَأَلَتْهَا عَنْ كُحْلِ الْجَلَاءِ فَقَالَتْ لَا تَكْتَجِلُ إِلَّا مِنْ أَمْرِ لَا بُدَّ مِنْهُ دَخَلَ عَلَيَّ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ جِئْتُ تُؤْفِي أَبُو سَلَمَةَ وَقَدْ جَعَلْتُ عَلَى عَيْنِي صَبْرًا فَقَالَ مَا هَذَا يَا أُمَّ سَلَمَةَ قُلْتُ إِنَّمَا هُوَ صَبْرٌ يَا رَسُولَ اللَّهِ لَيْسَ فِيهِ طَيْبٌ قَالَ إِنَّهُ يَشُبُّ الْوَجْهَ فَلَا تَجْعَلِيهِ إِلَّا بِاللَّيْلِ وَلَا تَمْتَشِطِي بِالطَّيْبِ وَلَا بِالْحِنَاءِ فَإِنَّهُ خِضَابٌ قُلْتُ بِأَيِّ شَيْءٍ أَمْتَشِطُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ بِالسِّدْرِ تُغْلِقِينَ بِهِ رَأْسَكَ

Telah mengabarkan kepada kami Ahmad bin 'Amru bin as-Sarh berkata; telah menceritakan kepada kami Ibnu Wahb berkata; telah mengabarkan kepada kami Makhramah dari ayahnya



berkata; aku mendengar Mughirah bin adl-Dlahhak berkata; telah menceritakan kepadaku Ummu Hakim binti Asid dari Ibunya, bahwa suaminya meninggal dan ia mengeluhkan matanya, lalu ia mengenakan celak pada matanya. Setelah itu ia mengirim budak wanitanya menemui Ummu Salamah agar bertanya kepadanya mengenai celak mata. Ummu Salamah lalu menjawab, "Janganlah ia memakai celak kecuali pada perkara yang penting, Rasulullah ﷺ menemuiku ketika Abu Salamah meninggal dan aku telah memakai perasan pohon yang pahit dimataku, beliau bersabda, "Apa ini hai

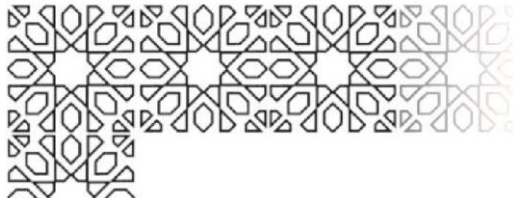
Ummu Salamah?" aku menjawab, "Itu perasan pohon yang pahit wahai Rasulullah." Beliau lalu bersabda, "Sesungguhnya ia memperindah wajah, maka janganlah engkau memakainya kecuali di waktu malam, jangan engkau menyisir rambut dengan parfum dan inai, karena itu adalah cat." Aku lalu bertanya, "Lantas dengan apa aku bersisir wahai Rasulullah? Beliau menjawab, "Olesilah kepalamu dengan daun bidara."

## 2. Daftar Rawi dan Sanad Hadis Kosmetika Halal

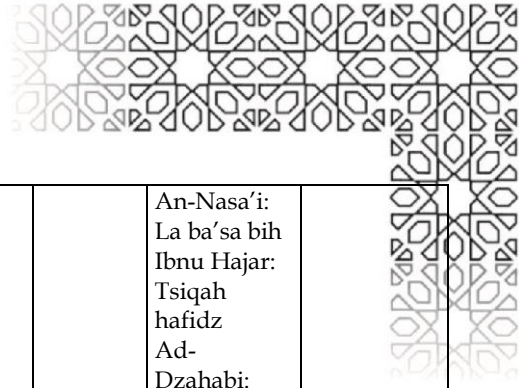
Daftar *rawi* dan sanad hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481 digambarkan pada Tabel 1 di bawah ini:

**Tabel 1. Daftar Rawi Sanad**

No.	Rawi Sanad	Lahir/Wafat		Negeri	Kunyah	Komentar Ulama		Kalangan
		L	W			-	+	
1	Hind binti Abi Umayyah bin al-Mughirah		62 H.	Madinah	Ummu Salamah			Shahabat
2	Tidak diketahui							
3	Ummu Hakim binti Usaid				Ummu Hakim		Ibnu Hajar al-Asqalani: Tidak	Tabi'in (Tidak jumpa Shahabat)



							diketahui keberadaannya	
4	Al-Mughirah bin ad-dlahhak bin Abdullah			Madinah			Ibnu Hibban: Disebut dalam al-Tsiqah Ibnu Hajar: Maqbul	Tabi'in (Tidak jumpa Shahabat)
5	Bukair bin Abdullah bin al-Asyajj		122 H.	Maru	Abu Abdullah		Ahmad bin Hanbal: Tsiqah Abu Hatim: Tsiqah Yahya bin Ma'in: Tsiqah Al-Ajli: Tsiqah An-Nasa'i: Tsiqah tsabat Ibnu Hajar: Tsiqah Ibnu Hibban: Disebutkan dalam al-tsiqah	Tabi'in kalangan biasa
6	Makhramah bin Bukair bin Abdullah		159 H.	Madinah	Abu al-Musawwir	Yahya bin Ma'in: Dhaif	Ahmad bin Hanbal: Tsiqah An-Nasa'i: Laisa bihi ba'sa Abu Hatim: Shalihul Hadits Ibnu Hibban: Disebutkan dalam al-tsiqah Ibnu Sa'd: Tsiqah As-Saji: Shaduq Ibnu Hajar al-Asqalani: Shaduq	Tabi'in (Tidak jumpa Shahabat)
7	Abdullah bin Wahab bin Muslim		197 H.	Maru	Abu Muhammad		Yahya bin Ma'in: Tsiqah Al-Ajli: Tsiqah	Tabi'ut tabi'in kalangan biasa



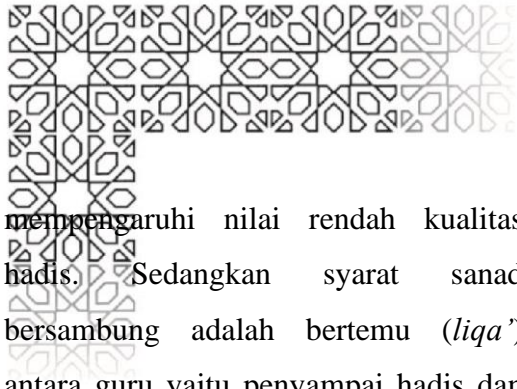
							An-Nasa'i: La ba'sa bih Ibnu Hajar: Tsiqah hafidz Ad- Dzahabi: Salah satu ahli ilmu	
8	Ahmad bin Amru bin Abdullah bin Amru as-Sarh		250 H.	Maru	Abu at-Thahir		Abu Hatim: La ba'sa bih An-Nasa'i: Tsiqah Ibnu Hajar al-Asqalani: Tsiqah	Tabi'ul atba kalangan tua
9	Ahmad bin Syu'aib al-Khurasany Imam An-Nasa'i	215 H.	300 H.	Khurasan	Ahmad al-Khurasany		Imam hadits	Mudawin

Tabel 1 adalah daftar *rawi* dan sanad hadis riwayat Imam an-Nasa'i Bab Wanita Berkabung. Pada tabel tersebut terdapat matrik rawi-sanad, tahun lahir dan wafat, negeri, kunyah (panggilan), komentar ulama, dan kalangan. Hadis ini diriwayatkan oleh 9 (sembilan) orang *rawi* (periwayat), sejak asal sanad (*rawi* pertama) yaitu Asma Binti 'Umais (kalangan Shahabat) sampai *mudawin* (*rawi* terakhir) yakni Ahmad bin Syu'aib al-Khurasany yang dikenal An-Nasa'i (215-300 H.). Menurut ilmu hadis, *rawi* terakhir adalah sanad pertama sedangkan *rawi* pertama ialah sanad terakhir. Beberapa periwayat tidak diketahui tahun lahir dan tahun wafat. Bahkan, ada periwayat yang sama sekali tidak diketahui (Tabel 1 No. 2). Komentar

ulama beragam mencakup penilaian negatif (*jarh*) dan positif (*ta'dil*). Semua ulama memberikan komentar positif kecuali penilaian negatif (*jarh*) terhadap Makhramah bin Bukair bin Abdullah yakni disebut *dhaif* oleh Yahya bin Ma'in.

### 3. Kualitas Hadis Kosmetika Halal

Syarat hadis dinilai berkualitas sahih bila *rawi* adil dan *dhabit*, sanad bersambung (*muttasil*), matan hadis tidak janggal, dan matan hadis tidak cacat (Darmalaksana, 2018, 2020d). Pada tabel 1 tampak Yahya bin Ma'in menilai Makhramah bin Bukair bin Abdullah sebagai *dhaif*. Dengan demikian, *rawi* pada jalur sanad ini tidak seluruhnya adil dan *dhabit* yang dapat



memengaruhi nilai rendah kualitas hadis.) Sedangkan syarat sanad bersambung adalah bertemu (*liqa'*) antara guru yaitu penyampai hadis dan murid yakni penerima hadis (Darmalaksana, 2018, 2020d). Pertemuan guru dan murid dapat diketahui dari masa waktu dan negeri (Darmalaksana, 2018, 2020d). Masa waktu dilihat dari tahun lahir dan wafat dan negeri dapat menunjukkan pertemuan guru dan murid di satu wilayah (Darmalaksana, 2018, 2020d). Apabila beberapa periwayat tidak diketahui tahun lahir dan wafat, maka para *rawi* dapat diasumsikan rata-rata berusia kurang lebih 90 tahun (Darmalaksana, 2018, 2020d). Meskipun pada Tabel 1 beberapa periwayat tidak diketahui tahun lahir dan wafat, namun dengan asumsi tersebut maka para periwayat pada jalur sanad Tabel 1 diperkirakan bertemu antara guru dan murid. Dengan kata lain, sanad hadis pada Tabel 1 dapat dikatakan bersambung.

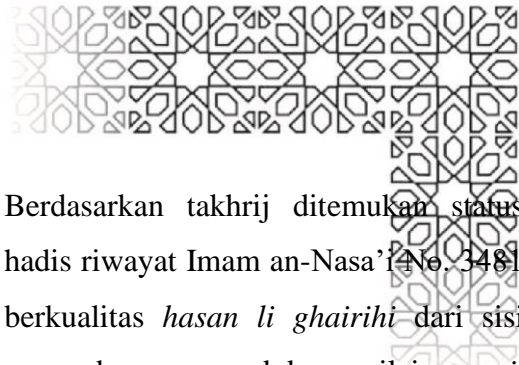
Kualitas hadis memungkinkan naik derajatnya melalui *i'tibar* yaitu adanya *syahid* dan *muttabi* (Darmalaksana, 2018, 2020d). *Syahid* adalah hadis lain sedangkan *muttabi* ialah periwayat lain (Mardiana & Darmalaksana, 2020).

Berdasarkan penelusuran ditemukan bahwa hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481 dijumpai pula pada hadis riwayat Imam Ahmad No. 435 (Saltanera, 2015) dengan redaksi hadis di bawah ini:

حَدَّثَنَا عَفَّانُ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَارِثِ حَدَّثَنَا أَيُّوبُ  
بْنُ مُوسَى حَدَّثَنِي نُبَيْهَةُ بْنُ وَهْبٍ أَنَّ عُمَرَ بْنَ  
عُبَيْدِ اللَّهِ بْنِ مَعْمَرٍ رَمَدَتْ عَيْنُهُ وَهُوَ مُحْرَمٌ  
فَأَرَادَ أَنْ يُكْحَلَهَا فَتَهَاةَ أَبَانَ بْنِ عُمَانَ  
رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ وَأَمَرَهُ أَنْ يُضَمِّدَهَا بِالصَّبْرِ  
وَرَعِمَ أَنَّ عُمَانَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ حَدَّثَ عَنْ  
رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ فَعَلَ ذَلِكَ

Telah menceritakan kepada kami Affan; Telah menceritakan kepada kami Abdul Warits; Telah menceritakan kepada kami Ayyub bin Musa; Telah menceritakan kepadaku Nubaih bin Wahab bahwa kedua mata Umar bin 'Ubaidillah bin Ma'mar kemasukan pasir sedangkan dia dalam keadaan ihram, ketika dia hendak memberi celak kedua matanya, dia dilarang oleh Aban bin Utsman, dan memerintahkannya agar





memberikan celak dengan ash-Shobir (perasan air pepohonan rasanya pahit digunakan untuk obat termasuk jenis celak), dia mengaku bahwa Utsman bercerita dari Rasulullah ﷺ bahwa beliau melakukan demikian."

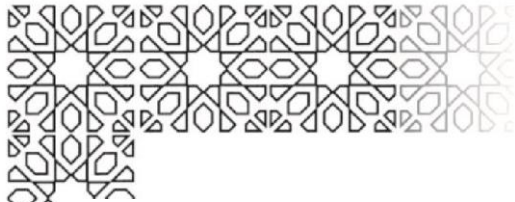
Hadits riwayat Imam Ahmad No. 435 di atas, berposisi menjadi *syahid* dan *muttabi* bagi hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481. Muhammad Nashiruddin al-Albani menilai kualitas hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481 dengan status *dhaif* (Saltanera, 2015). Karena terdapat *syahid* dan *muttabi* dari hadis riwayat Imam Ahmad No. 435, maka kualitas hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481 yang semula *dhaif* menjadi naik statusnya pada derajat *hasan li ghairihi*.

#### **4. Syarah Hadis Kosmetika Halal sebagai Kesehatan**

Syarah hadis meliputi penjelasan redaksi hadis guna diperoleh pemahaman bagi pengamalan hadis (Darmalaksana, 2020c). Hadis dapat diamalkan (*ma'mul*) apabila hadis tersebut diterima (*maqbul*) melalui takhrij (Darmalaksana, 2018, 2020d).

Berdasarkan takhrij ditemukan status hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481 berkualitas *hasan li ghairihi* dari sisi persambungan sanad dan penilaian *rawi*. Selebihnya, syarat hadis dapat diterima dan dapat diamalkan bila matan hadis tidak janggal dan tidak cacat (Darmalaksana, 2018, 2020d).

Hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481 menceritakan bahwa seorang perempuan, Ummu Salamah, mengenakan perasan pohon pahit sebagai obat pada saat suaminya meninggal karena mengalami keluhan pada mata. Perbuatan ini dilarang oleh Nabi Saw. karena termasuk memperindah wajah. Dalam konteks ini, Nabi Saw. juga melarang mengenakan parfum dan inai (bahan berupa cat). Sedangkan pada hadis riwayat Imam Ahmad No. 435 diceritakan Aban bin Utsman mencegah Umar bin 'Ubaidillah bin Ma'mar menggunakan celak untuk mengobati kedua matanya ketika terkena pasir pada saat ihram dan memerintahkan agar menggunakan celak dengan ash-Shobir, yakni perasan air pepohonan rasanya pahit digunakan untuk obat, dan obat ini termasuk jenis celak.



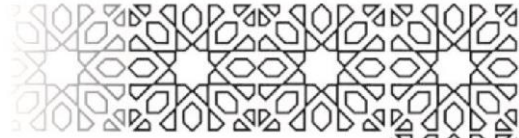
Celak adalah kosmetik tradisional yang diyakini bermanfaat untuk menjaga kesehatan mata (Nurul Yanti RSA, 2008). Ibn Sina mengatakan, memakai celak dapat menjaga kesehatan mata dan menghilangkan kotoran dari dalam kelopaknya (Ulfa, 2014). Celak berperan memperjelas pandangan dan menumbuhkan bulu mata (Handayani et al., 2016). Matan hadis tentang celak bukanlah hal yang janggal. Dalam arti dapat dipahami oleh nalar akal sehat. *Pertama*, celak merupakan bagian dari kosmetika halal tradisional. *Kedua*, kosmetika halal celak bukan semata untuk kecantikan tetapi demi kesehatan. *Ketiga*, celak sebagai kesehatan diakui di dunia modern. Juga matan hadis tentang celak tidak cacat. Dalam arti tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan hadis-hadis lain.

Status hadis riwayat Imam an-Nasa'i No. 3481 berkualitas *hasan li ghairihi*, baik sanad maupun matan. Dengan demikian, hadis ini *maqbul* dan *ma'mul bih* bagi amalan Islam. Kendati begitu, konsumen kosmetika halal jangan terjebak atribut labelisasi halal (Choirunnisa & Firmansyah, 2021), meskipun produk kosmetika halal telah mengantongi sertifikat halal (Nur &

SAPIR, 2021). Daripada itu, hendaknya tingkat religiusitas dalam konsumsi kometika halal (Awalia & Lahuri, 2021) lebih diarahkan pada kesehatan bukan kecantikan.

#### D. KESIMPULAN

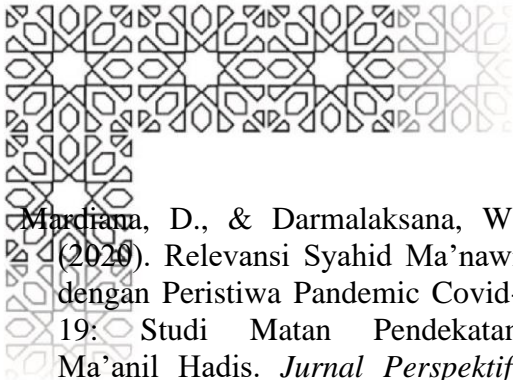
Nabi S.A.W. mengajarkan penggunaan *halal cosmetic* untuk kesehatan dalam pandangan dunia tentang *halal lifestyle*. Status hadis tentang celak sebagai kosmetika halal tradisional berkualitas *hasan li ghairihi*, baik sanad maupun matan. Sehingga hadis ini *maqbul* dan otomatis *ma'mul bih* bagi amalan muslim. Hanya saja pengguna kosmetika halal jangan terjebak atribut bisnis labelisasi halal, meskipun produk kosmetik halal telah mengantongi sertifikat halal, dan tingkat religiusitas hendaknya diarahkan bukan pada kecantikan melainkan kesehatan. Penelitian ini diharapkan memiliki implikasi manfaat bagi pengayaan khazanah Islam, khususnya konsumen, produsen, dan regulator kosmetika halal. Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya sajian singkat takhrij dan syarah hadis sehingga perlu penelitian lanjut secara memadai. Penelitian ini merekomendasikan kepada konsumen,



khususnya produsen dan regulator untuk menekankan produk kosmetika halal sebagai jaminan bersih, sehat, dan aman dalam lanskap pandangan dunia *halal lifestyle*.

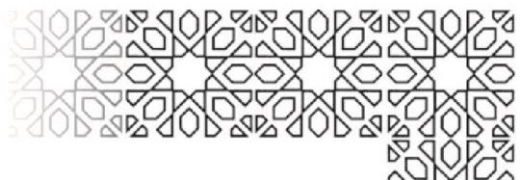
#### DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81.
- Awalia, F. T. M., & Lahuri, S. Bin. (2021). The Influence of Religiosity On Consumer Behavior in Purchasing Halal Label Cosmetics. *Ijtihad: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 15(1).
- Azam, M. S. E., & Abdullah, M. A. (2020). Global halal industry: realities and opportunities. *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)*, 5(1), 47–59.
- Aziz, N. I. A., & Ahmad, F. A. (2018). The Halal Lifestyle of Muslim Working Women. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 1138–1147.
- Choirunnisa, R., & Firmansyah, E. A. (2021). Muslim Consumer Behavior and Purchase. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 5(1), 11–30.
- Darmalaksana, W. (2018). Paradigma Pemikiran Hadis. *Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 2(1), 95–106.
- Darmalaksana, W. (2020a). Formula Penelitian Pengalaman Kelas Menulis. *Jurnal Kelas Menulis UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. <http://digilib.uinsgd.ac.id/32620/>
- Darmalaksana, W. (2020b). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Darmalaksana, W. (2020c). Penelitian Metode Syarah Hadis Pendekatan Kontemporer: Sebuah Panduan Skripsi, Tesis, dan Disertasi. *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis*, 5.
- Darmalaksana, W. (2020d). Prosiding Proses Bisnis Validitas Hadis untuk Perancangan Aplikasi Metode Tahrij. *Jurnal Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1, 1–7.
- Darmalaksana, W., & Busro, B. (2021). Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Takhrij Hadis. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(2), 99–108.
- Handayani, M. R., Abdullah, A. D., & Hidayanti, E. (2016). Implementasi Audiobook Islami Sebagai Media Pelatihan Berdakwah Muslim Tunanetra. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 16(1), 1–26.
- Hashim, S. N. A., Mazlan, M., & Shafie, S. N. A. (2019). Aplikasi Gaya Hidup Halal sebagai Usaha mencapai Matlamat Pelaksanaan Pembangunan Lestari Islam. *Jurnal'Ulwan*, 4(1), 128–136.
- Kusumaningtyas, R. F. R. (2018). *Peran Religiosity Sebagai Moderator Pembentukan Halal Cosmetics Preference: Penelitian Pada Wardah Cosmetics*. STIE Indonesia Banking School.



- Mardiana, D., & Darmalaksana, W. (2020). Relevansi Syahid Ma'nawi dengan Peristiwa Pandemic Covid-19: Studi Matan Pendekatan Ma'anil Hadis. *Jurnal Perspektif*, 4(1), 12–19.
- Maria, P. (2020). Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah:(Survey Pada Karyawan PT. Barclay Products Jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial*, 1(1), 40–47.
- Nur, I., & SAPIR, A. S. M. D. (2021). Halal Cosmetic Awareness among College Students in Malaysia. *International Journal of Business and Economic Studies*, 3(1), 17–26.
- Nurul Yanti RSA, S. (2008). *Pencegahan infeksi mata luar dengan menggunakan celak jenis antimonium ditinjau dari Ked, dan Islam*. Universitas YARSI.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33.
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi komunikasi dalam membangun awareness wisata halal di kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78–90.
- Rachman, A. (2020). Halal Branding: A Religious Doctrine in the Development of Islamic Da'wah. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 133–144.
- Salahuddin, N., Md Isa, N., Ahmad, M., Saad, S., & Salahuddin, N. R. (2017). Literasi Konsep Halal: Perbandingan Antara Belia Muslim dengan Bukan Muslim. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 29, 84–102.
- Saltanera. (2015). *Ensiklopedi Hadits Kitab 9 Imam*. Lembaga Ilmu Dan Dakwah Publikasi Sarana Keagamaan, Lidwa Pusaka. <https://store.lidwa.com/get/>
- Sholikhah, B., Fitri, R., & Mahanani, Y. (2021). Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal MUI pada Generasi Millennial. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 193–211.
- Sthapit, E., Björk, P., & Piramanayagam, S. (2021). Motivational, emotional and memorable dimensions of non-Muslim tourists' halal food experiences. *Journal of Islamic Marketing*.
- Sugibayashi, K., Yusuf, E., Todo, H., Dahlizar, S., Sakdiset, P., Arce Jr, F., & See, G. L. (2019). Halal cosmetics: A review on ingredients, production, and testing methods. *Cosmetics*, 6(3), 37.
- Ulfa, K. (2014). *Studi tematik hadits tentang tata cara tidur Nabi Muhammad SAW*. UIN Walisongo.
- Waliko, W. (2015). Konsep Iddah dan Ihdad bagi Wanita Karier yang Ditinggal Mati Suaminya: Tinjauan Ma'anil Hadis. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, 10(1), 1–14.
- Wibawa, B. M., Pranindiyasari, C., Bhawika, G. W., & Mardhotillah, R. R. (2021). Discovering the importance of halal tourism for Indonesian Muslim travelers:

perceptions and behaviors when traveling to a non-Muslim destination. *Journal of Islamic Marketing*.



Zainuddin, A., Ridzwan, S. I., & Ridzwan, S. B. (2020). The role of halalan-toyyiban supply chain practices as significant predictors towards excellent customer service management. *Advances in Business Research International Journal*, 6(1), 1–10.

