

PENGGUNA DAN KOSMETIK HALAL: PERSPEKTIF SYARIAH

Nor 'Adha Ab Hamid,¹ Mohamad Hafifi Hassim²

noradha@kuis.edu.my, hafifi@kuis.edu.my

ABSTRAK

Industri halal global telah mengalami perubahan besar dan pengembangan pesat dalam beberapa sektor penting yang berkait rapat dengan keperluan halal, seperti makanan dan minuman, kosmetik, farmaseutikal, rantai bekalan dan logistik, gaya hidup, perkhidmatan perhotelan, perbankan dan kewangan serta perdagangan. Pengguna dan masyarakat Islam merupakan antara pelanggan kepada kepelbagaian sektor halal tersebut. Berdasarkan kepada penemuan satu kajian menunjukkan bahawa 'Halal' bukanlah satu keutamaan semasa pembelian kosmetik di kalangan wanita Islam Malaysia. Kajian empirikal tersebut menunjukkan tahap kesedaran halal terhadap kosmetik dalam kalangan pembeli adalah rendah kerana halal tidak menjadi keutamaan bagi mereka semasa pembelian kosmetik. Manakala satu kajian lain menunjukkan bahawa kualiti kosmetik Halal adalah kriteria penting bagi pembeli beragama Islam dalam keputusan untuk membeli produk. Perbezaan dapatan kajian ini memerlukan kepada kajian lanjut yang lebih terangkum dari sudut syariah dan perundangan yang mengawalselia, juga meliputi keperluan kajian terhadap pembeli dan gaya hidup, harga, kualiti dan jenama yang secara umumnya masih menguasai minda pengguna semasa membeli kosmetik. Kertas kerja ini menggunakan metod kualitatif dengan menggunakan kaedah kepustakaan dan bahan literatur serta kaedah kupasan daripada nas-nas syarak, pandangan ulama feqah dan kajian-kajian terdahulu dalam memperincikan lagi kupasan perspektif syariah dan sikap serta keutamaan dalam pembelian produk kosmetik di kalangan pembeli wanita beragama Islam. Kertas kerja ini bertujuan untuk mengkaji dari perspektif syariah bagi pengguna wanita beragama Islam tentang keperluan syarak dalam memilih produk kosmetik, dan mengupas sikap dan keutamaan pengguna beragama Islam yang terlibat dengan pembelian produk kosmetik. Dapatan ini diharapkan berupaya memberi pemahaman kepada masyarakat pengguna terutamanya yang beragama Islam tentang keutamaan kriteria yang perlu diambil perhatian dalam membeli kosmetik halal berdasarkan perspektif syariah.

Kata Kunci: Industri halal, kosmetik halal, syariah, pembeli, pengguna

PENDAHULUAN

¹ Pensyarah di Jabatan Undang-Undang (JUU), Fakulti Syariah dan Undang-Undang (FSU), Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS).

² Pensyarah di Jabatan Undang-Undang (JUU), Fakulti Syariah dan Undang-Undang (FSU), Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS).

Halal dan thoyyib adalah keperluan mutlak yang mesti dipenuhi dan dipatuhi pengguna yang beragama Islam. Asal perkataan Arab, 'halal' bermaksud sesuatu yang sah dan dibenarkan oleh syaria Islam. Sementara 'haram' adalah sesuatu yang tidak sah atau tidak dibenarkan menurut Islam. Konsep halal dan haram ini tidak terhad kepada makanan sahaja, ianya turut merujuk kepada penggunaan produk secara fizikal atau perkhidmatan yang dibenarkan atau tidak dibenarkan dan ditegah oleh Islam. Sebarang perkara yang baik dan memanfaatkan hasil penggunaannya adalah halal di sisi Islam, sementara perkara dan penggunaan yang boleh memudaratkan, memabukkan dan tidak selamat untuk digunakan adalah dikategorikan sebagai tidak halal di dalam Islam, dan tidak mematuhi piawaian halal di Malaysia.

Firman Allah swt di dalam Surah Al-Baqarah ayat 168 yang bermaksud "Wahai sekalian manusia! Makanlah daripada apa yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan janganlah kamu ikut jejak langkah syaitan, kerana sesungguhnya syaitan itu ialah musuh yang terang dan nyata bagi kamu." Allah swt turut berfirman di dalam Surah Al-Nahl ayat 114 yang bermaksud "Oleh itu, makanlah (Wahai orang-orang yang beriman) dari apa yang telah dikurniakan Allah kepada kamu dari benda-benda yang halal lagi baik (halalan thoyyiban), dan bersyukurlah akan nikmat Allah, jika benar kamu hanya menyembahNya semata-mata."

Dalam sebuah hadis, al-Nucman ibn Bashir meriwayatkan bahawa Rasulullah s.a.w bersabda yang bermaksud: "Perkara yang halal itu jelas dan haram juga jelas. Antara keduanya ada hal-hal yang *shubhat* (samar-samar). Jika seseorang mahu meninggalkan hal-hal *shubhah* yang boleh menjerumuskan ke dalam dosa, maka dia pasti mahu meninggalkan hal-hal yang jelas keharamannya. Jika seseorang berani melakukan hal-hal *shubhah* yang boleh menjerumuskan ke dalam dosa, maka dia akan mudah terjerumus kepada hal-hal yang jelas keharamannya." (al-Bukhāri. *Sahih al-Bukhāri. Kitab Buyuc. Bab al-ḥalal bayyin wa al-ḥaram bayyin wa baynahuma mushabbahat*).

Berdasarkan kepada bukti-bukti nas tersebut, adalah menjadi kewajipan setiap pengguna yang beragama Islam untuk menggunakan produk, sama ada bersifat pemakanan, penggunaan atau perkhidmatan yang memenuhi piawaian syaria. Terma 'halal' perlu seiring dengan terma 'thoyyib', dan gabungan terma 'halalan thoyyiban' ini bersifat amat komprehensif di mana penentuan status kehalalan tersebut bukan sekadar berasaskan kepada kandungannya semata-mata, bahkan bermula daripada sumber asalnya sehingga kepada cara pemprosesan dan penghasilannya.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji dari perspektif syaria bagi pengguna wanita beragama Islam tentang keperluan syarak dalam memilih produk kosmetik, dan mengupas sikap dan keutamaan pengguna beragama Islam yang terlibat dengan pembelian produk kosmetik. Berdasarkan kepada penemuan satu kajian menunjukkan bahawa 'halal' bukanlah satu keutamaan semasa pembelian kosmetik di kalangan wanita Islam Malaysia. Kajian empirikal tersebut menunjukkan tahap kesedaran halal terhadap kosmetik dalam kalangan pembeli adalah rendah kerana halal tidak menjadi keutamaan bagi mereka semasa pembelian kosmetik (Kamaljeet Kaur et al., 2018).

Manakala satu kajian lain menunjukkan bahawa kualiti kosmetik halal adalah kriteria penting bagi pembeli beragama Islam dalam keputusan untuk membeli produk (Aziz et al., 2014). Perbezaan dapatan kajian ini mendorong penulis untuk mengkaji dari perspektif syariah, untuk sekurang-kurangnya dapat dijadikan asas penting pemilihan dan penggunaan kosmetik dalam kalangan pengguna yang beragama Islam.

METODOLOGI

Kertas kerja ini menggunakan metod kualitatif dengan menggunakan kaedah kepustakaan dan bahan literatur serta kaedah kupasan daripada nas-nas syarak, pandangan ulama feqah dan kajian-kajian terdahulu dalam memperincikan lagi kupasan perspektif syariah dan sikap serta keutamaan dalam pembelian produk kosmetik di kalangan pembeli wanita beragama Islam. Beberapa pandangan dari pihak berkuasa agama yang berkaitan seperti Mufti Wilayah Persekutuan juga diambil bagi menguatkan analisa kajian.

PENGGUNA DAN KOSMETIK HALAL

Peningkatan bilangan penduduk Islam dunia telah secara langsung mempengaruhi dan memberi kesan positif terhadap penggunaan produk halal. Jumlah penduduk Islam dunia semasa seramai 1.8 billion dan dijangka akan mengalami peningkatan kepada 2.2 billion pada tahun 2030 (Halal Industry Development Corporation, 2016). Kesannya, produk dan perkhidmatan halal semakin terus mendapat sambutan dan pilihan bagi para pengguna, sama ada yang beragama Islam dan bukan Islam yang turut memilih produk halal untuk digunakan dalam kehidupan seharian, merangkumi produk pemakanan, kesihatan, kosmetik dan pelbagai lagi. Laporan yang dikeluarkan oleh MITI pada tahun 2013 turut menyatakan bahawa para usahawan halal Malaysia mempunyai potensi untuk menembusi pasaran produk halal global yang kini dianggarkan bernilai AS\$2.3 trilion, melibatkan kedua-dua sektor bukan makanan dan makanan.

Berdasarkan kepada perangkaan Malaysia, pada tahun 2013 negara telah membelanjakan kira-kira US\$407 juta untuk produk kecantikan khususnya produk kosmetik dan penjagaan diri. Sebahagian besar permintaan dipenuhi oleh produk import dari Amerika Syarikat, Jepun dan Thailand. Malaysia telah memperuntukkan kira-kira US\$295 juta untuk produk yang diimport dan jika dibandingkan jumlah import dengan saiz penduduk 29.72 juta pada tahun itu, ia sama seperti setiap rakyat Malaysia membelanjakan sebanyak US\$10 juta untuk produk kosmetik dan penjagaan diri (U.S. Commercial Service 2015). Situasi perkembangan ini turut didorong oleh taraf kehidupan rakyat semakin tinggi dan kebanyakan daripada mereka mementingkan aspek penjagaan dan kecantikan diri (Darma Ta Siyah, 2015).

Walaupun industri penjagaan diri dan kosmetik halal masih baharu berbanding industri lain seperti makanan, perbankan, perkhidmatan kewangan, logistik, perhotelan dan farmasetikal yang sudah mengaplikasikan konsep halal, kosmetik halal juga semakin mendapat permintaan dalam kalangan pengguna. Pengusaha juga harus sedar tentang situasi pasaran kosmetik dunia yang semakin meluas dan memberi peluang kepada kosmetik halal. Selain itu, keperluan penjagaan diri dan kosmetik ini juga bukan sahaja tertumpu kepada golongan wanita sahaja, malah golongan lelaki juga turut menitikberatkan aspek penjagaan diri agar tampil kemas dan bersih. Hal ini turut membuka peluang kepada golongan bukan Islam untuk mencuba produk kosmetik halal. Seterusnya memberi peluang kepada peningkatan industri produk kosmetik halal dan menjadikan industri kosmetik halal sebagai salah satu daripada sektor ekonomi yang akan membantu pertumbuhan ekonomi negara. Pada ketika ini, industri kosmetik banyak dikuasai oleh pengusaha bukan Islam. Oleh itu, timbul isu berkaitan dengan bahan-bahan yang digunakan dalam penghasilan produk kosmetik halal (Bahli, 2016). Adakah bahan-bahan tersebut memenuhi kriteria bagi produk yang halal iaitu selamat, suci tidak memudaratkan dan bersih untuk digunakan oleh pengguna?

'Consumers International' merupakan pertubuhan antarabangsa berobjektifkan memberi perlindungan kepada pengguna di peringkat global telah menggariskan lapan hak kepada pengguna iaitu: hak untuk mendapat keselamatan, hak untuk mendapatkan maklumat, hak untuk membuat pilihan, hak untuk bersuara, hak untuk mendapat keperluan asas, hak untuk mendapat ganjaran, hak untuk mendapat pendidikan pengguna dan hak untuk mendapat alam sekitar yang selamat dan sihat. Kesemua hak ini dalam mendukung konsep 'halalan thoyyiban' dalam kesemua aspek penggunaan terutamanya dalam mendapatkan barangan yang berkualiti dan bersih. Sebagai contoh, hak pengguna untuk mendapatkan keselamatan adalah sangat berkait rapat dengan konsep 'halalan thoyyiban'. Menerusi hak ini, kesemua barangan dan perkhidmatan yang dibekalkan kepada pengguna adalah bebas daripada kecacatan yang boleh mengancam nyawa dan keselamatan pengguna. Tanggungjawab diletakkan ke atas golongan pembekal bagi memastikan barangan yang dibekalkan kepada pengguna adalah benar-benar selamat untuk digunakan. Tanggungjawab sebegini merupakan elemen yang ditekankan dalam konsep 'halalan thoyyiban'.

Bagi tujuan artikel ini, perbincangan difokuskan kepada barangan yang dibekalkan kepada pengguna tersebut adalah produk kosmetik dan kecantikan. Apakah sebenarnya maksud kosmetik? Kosmetik adalah bahan yang digunakan pada bahagian luaran atau fizikal pengguna seperti kulit, rambut, muka, kuku dan bibir untuk tujuan kecantikan, pembersihan dan produk wangian (Priya, 2011). Kosmetik adalah persediaan atau campuran bahan-bahan yang sedia untuk digunakan di luar badan seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, gigi, dan rongga mulut, sebagai contoh, untuk membersihkan, meningkatkan daya tarikan, perubahan penampilan, melindungi supaya ia kekal dalam keadaan baik, bau yang betul badan tetapi tidak bertujuan untuk merawat atau menyembuhkan seseorang penyakit (Hendri Wasito dan Dian Herawati E, 2008). Kosmetik adalah bahan yang digunakan untuk menggosok, ditaburkan atau disembur pada tubuh manusia atau

bahagian tubuh manusia yang berfungsi untuk mencuci, mencantikkan, menambah daya tarikan atau menukar rupa (Ayu Maharani, 2015).

Di Malaysia, produk kosmetik adalah diletakkan di bawah Peraturan Kawalan Dadah dan Kosmetik 1984, ASEAN Cosmetic Directives (ACD) dan “Guideline for Control of Cosmetic Product in Malaysia”. Akta ini bertujuan untuk melindungi dan menjamin tahap kualiti dan keselamatan produk kosmetik kepada para pengguna. Kerajaan Malaysia turut membangunkan satu standard khusus untuk kosmetik halal iaitu MS2200: Bahagian 1:2008 Barang Gunaan Islam – Bahagian 1: Kosmetik dan Dandanan Diri – Garis Panduan Umum. Merujuk kepada Peraturan ini, kosmetik dan dandanan diri ditakrifkan sebagai bahan dan sediaan yang dibuat untuk bersentuhan dengan pelbagai bahagian luaran badan (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ sulit luaran) atau pada gigi dan saluran mukus di mulut. Ini bertujuan semata-mata untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan dan/atau melindunginya atau memeliharanya dalam keadaan yang baik. Produk ini bukan bertujuan untuk merawat atau mencegah penyakit (JSM 2008; NPCB 1984). Merujuk kepada definisi yang diberikan pelbagai pihak, fungsi kosmetik adalah untuk kecantikan, penjagaan kulit dan juga perlindungan kulit.

Antara contoh jenis produk kosmetik adalah pencuci muka, losyen kulit, krim muka, gincu dan minyak wangi. Kosmetik halal pula merujuk kepada produk kosmetik yang selamat, suci dan tidak mengandungi sebarang sumber daripada binatang seperti lemak haiwan. Mutakhir ini, kosmetik merupakan salah satu produk yang perlu dimiliki dan wajib ada dalam kehidupan wanita dan tidak ketinggalan juga untuk para lelaki (Ahmad, 2015). Masyarakat sekarang mementingkan aspek penjagaan diri untuk meningkatkan keyakinan diri untuk kelihatan bergaya. Permintaan kosmetik halal juga mengalami peningkatan bukan sahaja kerana pertumbuhan masyarakat yang beragama Islam, tetapi kerana keyakinan terhadap kualiti dan keselamatan kosmetik halal. Persoalannya adakah pengguna beragama Islam mengetahui dan memahami bahawa produk kosmetik yang mereka gunakan adalah halal berdasarkan syariaah dan piawaian yang telah ditetapkan oleh standard halal?

MS2200: BAHAGIAN 1:2008 BARANG GUNAAN ISLAM – BAHAGIAN 1: KOSMETIK DAN DANDANAN DIRI – GARIS PANDUAN UMUM

Menyedari sebahagian produk kosmetik dan kecantikan yang ditawarkan di pasaran mengandungi bahan-bahan terlarang dan tidak pasti kehalalannya di sisi syarak, maka penilaian secara komprehensif perlu dilaksanakan untuk menentukan hukum kandungan produk. Dalam konteks pelaksanaannya di Malaysia, penilaian yang dilakukan merangkumi keperluan standard atau perundangan dan keperluan dari perspektif syariaah.

Standard Malaysia iaitu **MS2200: Bahagian 1:2008 Barang Gunaan Islam – Bahagian 1: Kosmetik dan Dandanan Diri – Garis Panduan Umum** mengandungi garis-garis panduan yang

praktikal bagi industri kosmetik dan dandanan diri halal. Ia bertujuan menyediakan peraturan asas bagi produk kosmetik dan dandanan diri serta perdagangan atau perniagaan di Malaysia. Standard ini digalakkan untuk digunakan bersama-sama dengan Guidelines for Control of Cosmetic Products in Malaysia dan Guidelines on Cosmetic Good Manufacturing Practice, National Pharmaceutical Control Bureau (klausula 1, MS2200).

Klausula 3.3 dan 3.4 MS2200 menyatakan dengan jelas perkara berikut:

Klausula 3.3 - Kosmetik dan dandanan diri

Kosmetik dan produk dandanan diri adalah bahan dan sediaan yang dibuat untuk bersentuhan dengan pelbagai bahagian luaran badan (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ sulit luaran) atau pada gigi dan saluran mukus di mulut. Ini bertujuan semata-mata untuk membersihkan, mewangikan, merubah penampilan dan/atau membaiki bau badan dan/atau melindunginya atau memeliharanya dalam keadaan yang baik. Produk ini bukan bertujuan untuk merawat atau mencegah penyakit.

Klausula 3.4 - Kosmetik dan dandanan diri halal

Produk kosmetik dan produk dandanan diri yang halal, termasuk aksesori, adalah produk yang dibenarkan oleh hukum Syarak serta menepati ciri-ciri berikut: a) bukan terdiri daripada atau mengandungi apa-apa bahagian atau bahan daripada anggota manusia atau terbitan daripadanya; b) bukan terdiri daripada atau mengandungi apa-apa bahan daripada haiwan yang orang Islam dilarang oleh hukum Syarak menggunakannya atau memakannya ataupun tidak disembelih mengikut hukum Syarak; c) tidak mengandungi apa-apa bahan atau bahan terubahsuai genetik (GMO) yang dihukum sebagai najis mengikut hukum Syarak; d) tidak disediakan, diproses, dikilang atau disimpan dengan menggunakan apa-apa alat yang tidak bebas daripada bahan-bahan najis mengikut hukum Syarak; e) apabila menyediakan, memproses atau mengilang produk tersebut, tidak bersentuhan atau berdekatan dengan apa-apa bahan yang tidak memenuhi kehendak-kehendak perenggan a), b), c) atau d); dan f) tidak memudaratkan pengguna atau pemakainya.

Sementara untuk memastikan kosmetik dan dandanan diri tersebut halal, aliran proses penyediaan produk, pengendalian dan pengedarannya mesti memenuhi peruntukan klausula 4.4 berikut:

Klausula 4.4 - Pemprosesan, pengendalian dan pedaran produk

Semua bahan kosmetik dan dandanan diri adalah halal sekiranya ia menepati syarat-syarat berikut: a) aliran pemprosesan (*processing line*), peralatan dan perkakas dimestikan khusus untuk pengeluaran halal sahaja; b) produk atau ramuannya tidak mengandungi bahagian atau produk daripada haiwan yang tidak halal mengikut hukum Syarak atau produk daripada haiwan yang tidak disembelih mengikut hukum Syarak; c) produk itu tidak mengandungi walau sedikitpun bahan-bahan yang disahkan sebagai najis oleh hukum Syarak; d) produk atau ramuannya adalah selamat dan tidak memudaratkan; e) produk tersebut disediakan, diproses dan dikilang menggunakan peralatan

dan kemudahan yang bebas daripada dicemari oleh najis; dan f) semasa penyediaan, pemprosesan, pembungkusan, penyimpanan atau pengangkutan, ia hendaklah diasingkan sepenuhnya daripada makanan yang tidak menepati syarat-syarat yang dinyatakan dalam butiran a), b), c) d) dan/atau e) atau segala apa perkara yang disahkan sebagai najis oleh hukum Syarak.

NILAI AGAMA DAN SIKAP PENGGUNA KOSMETIK

Secara umumnya, agama boleh ditafsirkan sebagai galakan naluri untuk percaya dan menjalankan dari agama yang dia percaya, dalam bentuk mematuhi kepatuhan agama termasuk kepercayaan pada Tuhan, penyembahan, dan norma yang menjaga hubungan manusia dengan Tuhan (Desertasi, 2016). Ianya boleh ditafsirkan sebagai rasa percaya diri dalam mempercayai agama seseorang. Melaksanakan imannya dalam kehidupan sehariannya dan bagaimana hubungannya dengan Khalik (Fauzham Adhim, 2009). Kepelbagaian dalam agama tidak hanya merujuk kepada dimensi ritual semata-mata, tetapi turut termasuk pelbagai dimensi lain. Kepelbagaian dimensi dalam agama adalah instrumen yang boleh digunakan untuk mengukur kepercayaan seseorang. Menurut Roland, dimensi agama dibezakan dalam lima perkara iaitu kepercayaan, amalan, pengalaman, pengetahuan dan akibat akibatnya. Sikap agama adalah sikap yang ada dalam seseorang yang menggalakkannya untuk berkelakuan sesuai tahap ketaatan kepada agama. Sikap keagamaan adalah melalui kewujudan konsistensi antara kepercayaan agama sebagai elemen kognitif, perasaan ke arah agama sebagai elemen yang berkesan, dan tingkah laku ke arah agama sebagai unsur konatif (Jalaluddin, 2012).

Wanita menggunakan kosmetik bagi memenuhi keperluan yang timbul daripada kesan fisiologi dan keperluan psikologi. Sebagai contoh keperluan fizikal untuk kebersihan diri, kesihatan dan kecantikan. Keperluan psikologi misalnya untuk diri sendiri dan rasa keinginan untuk dihargai. Faktor nilai keagamaan pada dasarnya mampu mempengaruhi kelakuan penggunaan wanita Islam dalam menggunakan kosmetik yang halal dan baik, berbanding kosmetik yang tidak pasti status halalannya. Walau bagaimanapun, terdapat pandangan berbeza di mana didapati pengguna beragama Islam tidak menjadikan faktor keagamaan sebagai nilai utama dalam pembelian dan penggunaan produk kosmetik. Kosmetik halal tidak dijadikan syarat utama semasa pembelian. Kriteria utama bagi pengguna dalam pemilihan sesuatu produk bukan bergantung kepada nilai agama tetapi dipengaruhi oleh teknik pengiklanan, gaya hidup, cita rasa, harga atau pendapatan.

Di sisi lain, Islam merupakan agama yang menaruh perhatian pada persoalan kebersihan, kesucian serta keindahan tersebut. Islam bahkan menggalakkan umatnya supaya menjaga dan memelihara diri. Terkait dengan keindahan kesucian, Allah SWT berfirman:

“Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertaubat dan mencintai orang-orang menyucikan diri.”
(Al-Baqarah:222)

Begitu banyak nas-nas didalam al-Qur'an maupun hadits yang memberikan motivasi agar seorang muslim mahupun muslimah untuk suka akan keindahan. Bagi muslimah, bahkan dianjurkan untuk berhias diri untuk keperluan-keperluan tertentu, seperti untuk menyenangkan suami dan sebagainya. Seorang muslimah juga dianjurkan untuk memakai celak mata, dan *hinna'* (pacar pewarna kuku alami) serta bahan-bahan lain yang tidak membahayakan tubuhnya, tidak berlebihan, dan tidak mengubah ciptaan Allah SWT.

Keinginan pengguna hari ini lebih mementingkan kecantikan diri sebagai satu keperluan dan bersedia membayar harga yang tinggi untuk mendapatkan sesuatu produk (Hassali et al. 2015; Sanep Ahmad et al. 2014). Namun, Islam mesti dilaksanakan secara komprehensif oleh pengikutnya dalam semua aspek kehidupannya termasuk masalah ekonomi. Ekonomi Islam adalah akibat yang logik dari kesempurnaan itu sahaja (Mustafa Edwin Nasution, et al., 2006). Makna penggunaan dalam ekonomi Islam adalah memenuhi keperluan baik secara fizikal dan rohani untuk memaksimumkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kemakmuran atau kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) (Amri Amir, 2013). Dalam hal ini, penulis berpendapat walaupun pengguna membuat pemilihan kosmetik berdasarkan penguasaan atau tiada penguasaan dari sudut ekonominya, namun secara komprehensifnya pengguna perlu memilih yang baik dan halal terlebih dahulu, berbanding pilihan terhadap produk yang haram atau shubhah. Nilai-nilai tinggi agama perlu diambil berat dalam pemilihan dan penggunaan produk.

Nik Mustapha Nik Hassan (2008) Percaya kepada alam akhirat ada pertalian yang rapat dengan kepercayaan kepada Allah. Ia memberi pengertian bahawa manusia wujud di dunia untuk sementara waktu sahaja dan kewujudan manusia yang hakiki adalah di alam akhirat. Ini bererti, kehidupan manusia akan berterusan hingga di alam akhirat. Corak kehidupan seseorang di dunia akan mewarnakan kehidupannya kelak di alam akhirat, bahawa alam akhirat itu adalah penerusan hidup manusia selepas mati. Kepercayaan ini memberi kesan-kesan yang mendalam kepada gelagat pengguna. Sebagai contoh, aktiviti kepenggunaan akan dipengaruhi di mana pengguna-pengguna akan menilai tindak tanduknya dari sudut kesan yang ia perolehi sekarang dan seterusnya yang akan diperolehi di alam akhirat. Oleh kerana itu pengguna yang beragama Islam akan cuba untuk mengguna barangan dan perkhidmatan untuk faedah (utiliti) di masa ini dan seterusnya faedah yang akan diperolehi di alam akhirat.

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Zakiah Bt. Samori (2011) pula mendapati sebahagian besar masyarakat Islam di Selangor sedar dan prihatin mengenai kepentingan produk kosmetik halal dengan mengambil langkah tertentu seperti meneliti logo halal yang diiktiraf JAKIM sebelum membuat pembelian. Menurut Nor Aini & Mohd Ali (2013), pengguna sedar bahawa pasaran pada hari ini dipenuhi dengan lambakan produk kosmetik halal. Pengguna begitu yakin bahawa logo yang dikeluarkan oleh pihak JAKIM merupakan logo halal yang sah digunakan. Ada sesetengah pengguna yang yakin bahawa terdapat juga logo halal yang sah digunakan iaitu logo halal yang dikeluarkan oleh pihak MAIN dan pihak JAIN.

KOSMETIK DAN KUPASAN PERSPEKTIF SYARIAH

Pada dasarnya pemakaian produk kosmetik dalam erti kata mempercantik diri dan selain diri agar orang lain merasa senang memandang adalah diharuskan. Perhiasan kosmetik itu selama mana ianya tidak bertentangan dan berlawanan dengan syarak adalah sangat digalakkan dan dituntut dalam Islam. Sebagai contoh, Allah memerintahkan agar manusia memakai perhiasan pada setiap kali pergi ke masjid. Misalnya dalam firman Allah SWT:

“Wahai anak-anak Adam! Pakailah pakaian kamu yang indah berhias pada tiap-tiap kali kamu ke tempat ibadat (atau mengerjakan sembahyang), dan makanlah serta minumlah, dan jangan pula kamu melampau; sesungguhnya Allah tidak suka akan orang-orang yang melampaui batas.” (al-A‘raf: 31)

Selaras dengan ajaran Islam, dua perkara yang mesti dipertimbangkan dalam penggunaan kosmetik adalah kebersihan dan kesucian. Kosmetik yang dibenarkan dalam Islam adalah yang bersifat halal, tidak haram, tidak membahayakan penggunaan tubuh dan juga boleh memanfaatkan penggunaannya. Setiap muslim perlu memastikan apa yang dimakan, dipakai atau dikenakan pada tubuhnya hendaklah diketahui dari manakah sumbernya (Zalina Zakaria, 2007).

Dalam syariat Islam, pemakaian kosmetik adalah sama sekali tidak dilarang. Ianya mencerminkan Islam itu sebagai satu agama yang sangat mementingkan kecantikan dan kebersihan. Namun ruang dan peluang yang diberikan oleh Islam bukanlah secara mutlak. Syariah telah menetapkan beberapa garis panduan yang membenarkan wanita Islam khususnya untuk menggunakan produk-produk kosmetik dengan tujuan untuk berhias dan memperbaiki penampilan diri, antaranya:

- I. Produk kosmetik digunakan untuk tujuan memperelokkan wajah dan menyenangkan hati suami.

Penggunaan produk kecantikan kosmetik boleh digunakan atas niat untuk memperelokkan rupa paras atau menambah seri wajah. Ianya harus digunakan bagi menyenangkan hati suami khususnya. Firman Allah SWT:

Tidak halal bagimu menikahi wanita-wanita sesudah itu dan tidak boleh (pula) mengganti mereka dengan istri-istri (yang lain), meskipun kecantikan mereka menarik hatimu, kecuali wanita-wanita (hamba sahaya) yang kamu miliki. Dan Allah Maha mengawasi segala sesuatu.” (Al Ahzab: 52)

Berdasarkan ayat ini dapat difahami adalah dilarang bagi wanita-wanita untuk mempercantikkan dan berhias diri selain untuk suami mereka sendiri.

II. Produk kosmetik yang digunakan mestilah dari sumber yang halal Mencari yang halal itu merupakan kefardhuan bagi setiap umat Islam. Begitu juga dengan pemilihan produk-produk kosmetik. Produk kosmetik yang digunakan mesti bebas daripada sebarang unsur yang meragukan dan membahayakan. Prinsip *halalan toyyiban* harus diaplikasikan dalam pemilihan dan penggunaan kosmetik. Yusuf al-Qaradhawi (1985) menegaskan bahawa terdapat 11 garis panduan dalam memilih sesuatu produk makanan atau kosmetik sebagai halal, iaitu:

- i. Penentuan halal-haram adalah hak mutlak Allah semata
- ii. Mengharamkan yang halal dan sebaliknya merupakan kesyirikan.
- iii. Perkara haram akan menimbulkan keburukan dan mudarat.
- iv. Setiap yang halal tidak memerlukan yang haram.
- v. Perantara menuju keharaman adalah haram.
- vi. Bersiasat terhadap yang haram adalah haram.
- vii. Niat baik tidak menghalalkan yang haram.
- viii. Jauhilah syubhah agar tidak terjatuh dalam perkara haram.
- ix. Yang haram berlaku untuk semua orang.
- x. Darurat membolehkan yang terlarang.

Oleh yang demikian, garis panduan tersebut hendaklah dijadikan sebagai panduan oleh semua umat Islam supaya dapat memudahkan mereka untuk memilih makanan dan produk halal dengan meneliti prinsip yang telah digariskan ini.

Kita boleh melihat kepada hukum penggunaan siput babi sebagai bahan kosmetik. Hukum asal bagi siput babi adalah bukan najis. Ini kerana tidak ada dalil yang sahih dan sah yang mengharamkannya. Maka hukum penggunaan siput babi dalam penghasilan produk kosmetik adalah harus. Ini kerana terdapat padanya manfaat dan menghasilkan banyak manfaat yang lain daripadanya. Siput babi juga merupakan haiwan yang tidak diharamkan atau dihalalkan oleh nas secara jelas dan sahih. Haiwan ini merupakan haiwan yang disenyapkan status hukumnya oleh syara' untuk dimakan atau digunakan atau dimanfaatkan (Irsyad Fatwa, 2017).

III. *Tabbarruj* atau berlebih-lebihan dalam menghias diri Menurut Kamus al-Miftah (2008) *tabarruj* bermaksud menghias diri. *Tabarruj* ialah perkataan Bahasa Arab, secara literalnya bermaksud berhias. Dalam Islam, konsep *tabarruj* memberi makna memperagakan keindahan yang dilakukan oleh kaum wanita yang mana peragaan itu dapat menarik perhatian kaum lelaki dari aspek syahwat. Pemakaian produk kosmetik secara tidak langsung akan menaikkan imej dan menyerlahkan kecantikan semulajadi seseorang wanita. Wajah yang biasanya nampak

polos dan kurang bermaya akan kelihatan lebih bertenaga, cerah dan berseri. Ianya sekaligus dapat menarik perhatian orang disekeliling, khususnya lelaki. Justeru itu, Yusof al-Qardawi (2011), menyenaraikan beberapa peringatan dalam etika berhias bagi wanita, antaranya ialah dibolehkan membuka wajah (menampakkan rupa paras), tidak dimaksudkan agar wanita menghiasnya dengan bermacam-macam bedak dan solekan yang berwarna-warni.

KESIMPULAN

Pengguna wanita dan kosmetik amat berkait rapat dan sinonim dalam masyarakat. Perkembangan teknologi hari ini menjadikan lebih mudah bagi pengguna untuk meneroka maklumat kosmetik halal yang diperlukan. Pengetahuan yang diperolehi oleh pengguna dari pelbagai media turut memudahkan pengguna untuk memilih produk yang halal dan sesuai dengan keperluan mereka. Namun masih kedapatan pengguna beragama Islam yang tidak menjadikan nilai agama sebagai faktor utama dalam pembelian dan penggunaan produk kosmetik dan kecantikan. Hasil kupasan dari perspektif syariah tentang kewajiban penggunaan barangan halal ini diharapkan mampu menyedarkan para pengguna beragama Islam agar meletakkan nilai-nilai keagamaan sebagai landasan utama mereka dalam pemilihan dan penggunaan sebarang produk kosmetik dan kecantikan.

Pemilihan produk kosmetik yang halal, bersih dan selamat seharusnya menjadi keutamaan bagi setiap wanita Islam. Ianya secara tidak langsung selaras dengan tuntutan syariah supaya setiap apa yang dimakan dan dikenakan pada tubuh adalah datang daripada sumber yang halal, bersih lagi baik. Pengambilan produk-produk yang halal dalam kehidupan seharian dapat membersihkan hati dan menjaga lidah dari bercakap sesuatu yang tidak berfaedah. Pengambilan barang-barang halal dan bersih akan membentuk darah daging dan meningkat kualiti kesolehan zahir dan batin seseorang, bukan sahaja memperelokkan dan menaikkan kualiti kehidupan.

RUJUKAN

Al-Quran al-karim

Al-Hadith

Amri Amir, "Teori konsumsi Islam" dalam wordpress.com, 2013.

Ayu Maharani, *Penyakit Kulit Perawatan Pencegahan dan Pengobatan* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal.139.

- Aziz NA, Majdina H, Hassan Y, Zulkifly HH, Wahab MSA, Aziz MSA, et al. *Assessment Of The Halal Status Of Respiratory Pharmaceutical Products In A Hospital*. *Procedia Soc Behav Sci*. 2014; 121:158–65.
- Bahli, S. (2016). *Current Scenario & Issues Concerning Halal Personal Care & Cosmetics*. *Halal Industry Development Corporation*, 21-23.
- Berita Harian (2008) Nik Mustapha Nik Hassan: *Kepenggunaan Mengikut Islam*.
- Darma Ta Siyah, N. (2015). *The Acceptance Level of Halal Cosmetics Product among Malaysian Consumers*. 2-19.
- Desertasi, “*Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah terhadap Sektor UMKM di Sumatera Utara*” (Desertasi, UINSU, 2016), h.19.
- Edisi Revisi 2012 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 303.
- Fauzham Adhim, *Pengaruh Religiusitas terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni dan Bukan Alumni Pesantren*, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Volume 5, No.2, Juni 2009.
- Halal Industry Development Corporation, 2016.
- Hassali, MA. Al-Tamimi, SK., Dawood, OT., Verma, AK. & Saleem, F. 2015. *Malaysian cosmetic market: current and future prospects*. *Pharmaceut Reg Affairs* 4: 155.
- Hendri Wasito dan dian herawati E (2008) *Etika Farmasi dalam Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm 59.
- Jalaluddin, *Pskilogi Agama: Memahami Perilaku dengan Mengaplikasikan Prinsip-Psikologi*.
- Kamus al-Miftah. 2008. Shah Alam: Al Azhar Media Enterprise.
- Kamaljeet Kaur, Syuhaily Osman, Sujeet Kaur, Jaspal Singh, et al., *Is Halal A Priority In Purchasing Cosmetics In Malaysia Among Muslim Malaysian Women?* *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 15, Issue 3 (April) ISSN 2289-1552, 19-25.
- Khalek, A. A. dan S. H. S. Ismail. 2015. *Why are We Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia*. *International Journal of Social Science and Humanity* 5(7): 608- 612.

- Laporan MITI. (2013). *Perdagangan Antarabangsa dan Hubungan Ekonomi*, 98-100.
- MS2200: Bahagian 1:2008 *Barang Gunaan Islam – Bahagian 1: Kosmetik dan Dandanan Diri*
Garis Panduan Umum.
- Mustafa Edwin Nasution, et.al (2006) *Pengenalan Eksklusif ekonomi Islam* (Jakarta: kencana
Prenada Media Group. Hlm .2
- Nor Aini Haji Idris & Mohd Ali Mohd Noor. (2013). *Analisis keprihatinan pengguna Muslim terhadap isu halal-haram produk melalui pembentukan indeks*. Kertas Kerja Prosiding Perkem Viii, Jilid 3, 1245-1258.
- Priya, M. (2011, April 8). *Pengenalan kepada Produk Kosmetik*. Retrieved from Konsumer Kini: <http://www.konsumerkini.net.my/v1/index.php/beritaterkini/keselamatan-produk/626-pengenalan-kepada-produk-kosmetik->.
- Sanep Ahmad, Mohd Ali Mohd Noor & Lidia Fitri (2014) *Ketekalan Gelagat Pengguna Muslim Terhadap Status Halal: Ke Arah Strategi Berkesan Promosi Produk Halal*. Prosiding Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke-9, hlm. 736 – 746.
- U.S. Commercial Service. 2015. *Cosmetics, toiletries and skincare market overviews, compiled by U.S. Commercial Service Hong Kong*. t.tp: U.S. Commercial Service.
- Yusoff, S. Z. H., N. A. Adzharuddin, J. Bolong. 2014. *Faktor Pencetus Perilaku Pencarian Maklumat Produk Halal dalam Kalangan Keluarga Islam*. *Global Media Journal* 3(2): 69-82.
- Yusuf al-Qaradhawi (1985) *al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*, Beirut : Maktabah al-Islami. h.21.
- Zakiah Samori, Amal Hayati Bt. Ishak & Nurul Htmah Bt. Kassan (2011). *Produk Makanan Halal: Amalan Kepenggunaan Masyarakat Islam Di Shah Alam* (Tesis oleh pelajar Institut Pengurusan Penyelidikan, Universiti Teknologi Mara Shah Alam).