

Pengenalan Konsep Kosmetik Halal Kepada Pengunjung *Seoul Internasional Invention Fair* (SIIF)

Introduction of the Halal Cosmetic Concept to Visitors of the Seoul International Invention Fair (SIIF)

Juwita Rahmawati*, Lilla Prapdhani Agni Hajma, Arifah Sri Wahyuni, Sabar Narimo, Rossy Destriana Kamila, Lauda Aurynava Nibrasa

Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pabelan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

*Email: jr673@ums.ac.id

(Diterima 16-05-2025; Disetujui 15-08-2025)

ABSTRAK

Popularitas industri kosmetik Korea (K-beauty) telah merambah pasar global, namun kesadaran akan konsep kosmetik halal masih tergolong rendah. Hal ini menjadi tantangan bagi konsumen Muslim yang membutuhkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, diperlukan edukasi mengenai kosmetik halal kepada masyarakat internasional guna meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap pentingnya aspek kehalalan dalam kosmetik. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap pemahaman produk halal dan sertifikasinya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui penyuluhan kepada pengunjung Seoul International Invention Fair (SIIF) 2024. Edukasi diberikan melalui metode interaktif dan media leaflet yang berisi informasi tentang kosmetik halal. Efektivitas penyuluhan diukur menggunakan pretest dan posttest untuk menilai peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil analisis menunjukkan peningkatan skor pemahaman peserta yang signifikan, dari $32,56 \pm 9,09$ (pretest) menjadi $94,23 \pm 4,56$ (posttest). Uji statistik menunjukkan nilai $p < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa penyuluhan ini memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pemahaman peserta. Penyuluhan mengenai kosmetik halal di SIIF 2024 terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman peserta tentang pentingnya memilih produk kosmetik yang sesuai dengan prinsip halal. Edukasi berkelanjutan dan kolaborasi antara akademisi, industri, serta regulator diperlukan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan adopsi produk kosmetik halal di pasar global.

Kata kunci: Kosmetik halal, edukasi, penyuluhan, SIIF, kesadaran konsumen

ABSTRACT

The popularity of the Korean beauty industry (K-beauty) has expanded globally, yet awareness of the halal cosmetic concept remains relatively low. This poses a challenge for Muslim consumers who require products that adhere to Islamic principles. Therefore, educating the international community about halal cosmetics is essential to increase understanding and awareness of the importance of halal compliance in cosmetics. This community service program was conducted through an educational campaign for visitors at the Seoul International Invention Fair (SIIF) 2024. The education was delivered using interactive methods and informational leaflets containing details about halal cosmetics. The effectiveness of the campaign was assessed using pretest and posttest evaluations to measure participants' understanding before and after the program. The analysis revealed a significant increase in participants' knowledge, with the average score improving from 32.56 ± 9.09 (pretest) to 94.23 ± 4.56 (posttest). Statistical analysis indicated a p -value < 0.05 , confirming that the educational intervention had a significant positive impact on participants' understanding. The halal cosmetic awareness campaign at SIIF 2024 effectively enhanced participants' knowledge and awareness of the importance of choosing halal-certified cosmetics. Continuous education and collaboration between academia, industry, and regulatory bodies are necessary to further disseminate information and promote the adoption of halal cosmetics in the global market.

Keywords: Halal cosmetics, education, awareness, SIIF, consumer knowledge

PENDAHULUAN

Masyarakat Korea Selatan, terutama warga Seoul, menunjukkan minat yang sangat kuat terhadap kosmetik dan *skincare*. Fenomena ini sering disebut sebagai "*K-beauty*" (*Korean Beauty*), yang telah merambah pasar global dan menarik perhatian masyarakat internasional. Namun, meski popularitas

kosmetik dan *skincare* Korea begitu tinggi, masih belum banyak orang yang sadar akan pentingnya konsep halal dalam industri kecantikan.

Skincare/kosmetik Korea telah berhasil mengeksport produknya ke seluruh dunia, bahkan menjadi eksportir kosmetik terbesar setelah Prancis, Amerika Serikat, dan Jerman. Pasar kecantikan Korea diperkirakan memiliki nilai penjualan lebih dari \$13,1 miliar pada tahun 2018 (Statista, 2019). Brand-brand seperti Amore Pacific menduduki peringkat ketujuh dari sepuluh brand kecantikan terdepan di dunia. Meskipun fenomena K-beauty begitu luas, masih belum banyak perusahaan *skincare*/kosmetik Korea yang memprioritaskan konsep halal dalam produksinya. Konsep halal berbicara tentang adanya izin syariah yang memastikan bahwa produk tersebut aman digunakan oleh Muslim. Banyak bahan aktif yang digunakan dalam produk *skincare*/kosmetik modern tidaklah halal, seperti alkohol, gelatin, dan pigmen sintetis (Abdul Rahman *et al.*, 2021). Contohnya, penggunaan alkohol dalam beberapa produk pelembab atau serum dapat menjadi masalah bagi Muslim yang berpegang teguh pada syariat Islam. Gelatin yang sering digunakan sebagai stabilizer juga berasal dari hewan dan tidak boleh digunakan dalam produk halal (Zainuddin & Rahman, 2022). Implikasi dari kurangnya perhatian terhadap konsep halal dalam industri kecantikan Korea cukup signifikan. Pertama, munculnya produk non-halal dapat membatasi pangsa pasar bagi Muslim di Asia Tenggara dan Timur Tengah. Kedua, kurangnya kesadaran tentang konsep halal dapat memperlambat penetrasi pasar di wilayah-wilayah tersebut. Solusinya adalah dengan meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang konsep halal kepada Masyarakat Korea sebagai konsumen utama industri kecantikan Korea. Brand-brand *skincare*/kosmetik harus memprioritaskan penggunaan bahan aktif yang aman dan halal (Ismail & Ali, 2023).

Seoul International Invention Fair (SIIF) adalah salah satu pameran penemuan terbesar di Asia, diadakan setiap tahun di COEX, Seoul. Kegiatan ini tidak hanya menarik perhatian para penemu dan inovator dari dalam negeri, tetapi juga mengundang partisipasi internasional. Dengan lebih dari 484 penemu dan *startup* dari 26 negara yang berpartisipasi pada edisi terbaru, SIIF merupakan *platform* yang ideal untuk memperkenalkan konsep kosmetik halal kepada masyarakat Korea dan internasional. Dengan peserta dan minat terhadap inovasi yang beragam, SIIF menjadi *platform* ideal untuk mengedukasi masyarakat tentang kosmetik halal.

Memanfaatkan ajang SIIF sebagai sarana strategis, pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Korea dan internasional tentang pentingnya konsep halal dalam industri kosmetik. Dengan memperkenalkan kriteria produk kecantikan yang memenuhi standar hukum Islam, pengabdian ini juga bertujuan untuk membangun pemahaman tentang manfaat etis, keamanan, dan kemurnian produk halal, sekaligus mendorong produsen kosmetik untuk mempertimbangkan sertifikasi halal guna memperluas pangsa pasar global dan memenuhi kebutuhan konsumen Muslim yang terus berkembang.

BAHAN DAN METODE

Berdasarkan analisis permasalahan dan analisis situasi, maka pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan melalui empat tahapan proses (Gambar 1).

Persiapan Materi

Pengumpulan data yang komprehensif mengenai kosmetik halal sangat penting untuk memahami informasi terkini tentang kriteria kosmetik yang halal. Termasuk pentingnya sertifikasi halal serta perbedaan mendasar antara produk halal dan non-halal. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengembangkan leaflet penyuluhan yang informatif, yang mencakup aspek-aspek penting dari kosmetik halal. Leaflet mengandung penjelasan terkait bahan-bahan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam kosmetik halal, sehingga peserta penyuluhan dapat lebih mudah mengenali dan memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal (Gambar 2 dan Gambar 3).

Penyuluhan

Pelaksanaan tahapan penyuluhan singkat kepada pengunjung SIIF dilakukan untuk memberikan informasi yang bermanfaat dan menarik terkait aspek halal dalam kosmetik. Untuk meningkatkan efektivitas penyuluhan, digunakan pendekatan interaktif, sehingga peserta dapat berpartisipasi secara aktif dalam diskusi dan mengajukan pertanyaan secara langsung. Dengan pendekatan ini, diharapkan pengunjung tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga dapat berinteraksi dan berdialog, menjadikan pengalaman belajar mereka lebih menarik dan bermanfaat.

Pemanfaatan Platform Informasi Online

Mengenalkan website Pusat Studi Halal Fakultas Farmasi UMS adalah langkah untuk menjelaskan peran Pusat Studi dalam memberikan justifikasi halal, baik untuk kosmetik, makanan, maupun obat-obatan. Selain itu, juga diperkenalkan berbagai layanan yang ditawarkan oleh Pusat Studi Halal UMS terkait dengan penilaian halal suatu produk.

Tahapan ini bertujuan untuk memberikan pendekatan yang sistematis dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat Korea dan Internasional mengenai kosmetik halal. Ini dilakukan melalui edukasi langsung, terkait informasi yang tersedia di website Pusat Studi Halal. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami pentingnya kosmetik halal dan membuat keputusan pembelian yang lebih baik. Selain itu, tahapan ini diharapkan dapat secara positif mempengaruhi pandangan industri kosmetik terhadap konsep kosmetik dan *skincare* halal.

Evaluasi

Untuk mengukur pemahaman peserta sebelum dan sesudah penyuluhan, maka diedarkan kuesioner umpan balik yang dapat diakses melalui pemindaian QR code *g-Form*. Melalui tahapan ini, peserta dapat dengan mudah memberikan tanggapan secara langsung setelah mengikuti sesi penyuluhan. Selanjutnya, data yang terkumpul dari kuesioner tersebut dianalisis untuk mengevaluasi efektivitas penyuluhan yang telah dilaksanakan. Hasil analisis ini sangat penting, karena akan menjadi alat ukur keberhasilan penyampaian informasi penyuluhan, dan sebagai dasar untuk merencanakan kegiatan selanjutnya.



Gambar 1. Empat Tahapan Proses

What are Halal Cosmetics?
Halal cosmetics are products that comply with Islamic law, ensuring that all ingredients are permissible (halal) and ethically sourced. These products are free from any substances derived from animals that are considered haram (forbidden), such as pork or najis substances.

Prohibited substrates in cosmetics include ingredients that are considered haram (forbidden) under Islamic law. Some examples are:

- Pig-derived ingredients (e.g., lard, gelatin, collagen, or enzymes derived from pigs).
- Ethanol from non-halal sources, becomes prohibited (haram) if ingested (e.g., alcohol from the fermentation of non-halal substances).
- Animal-derived ingredients from non-slaughtered halal animals (e.g., tallow, keratin, or lanolin from animals not slaughtered according to Islamic principles).
- Ingredients derived from blood (e.g., heme or plasma components).
- Any material contaminated by najis substances (e.g., contact with impure substances like pork or alcohol).

Why Choose Halal Cosmetics?

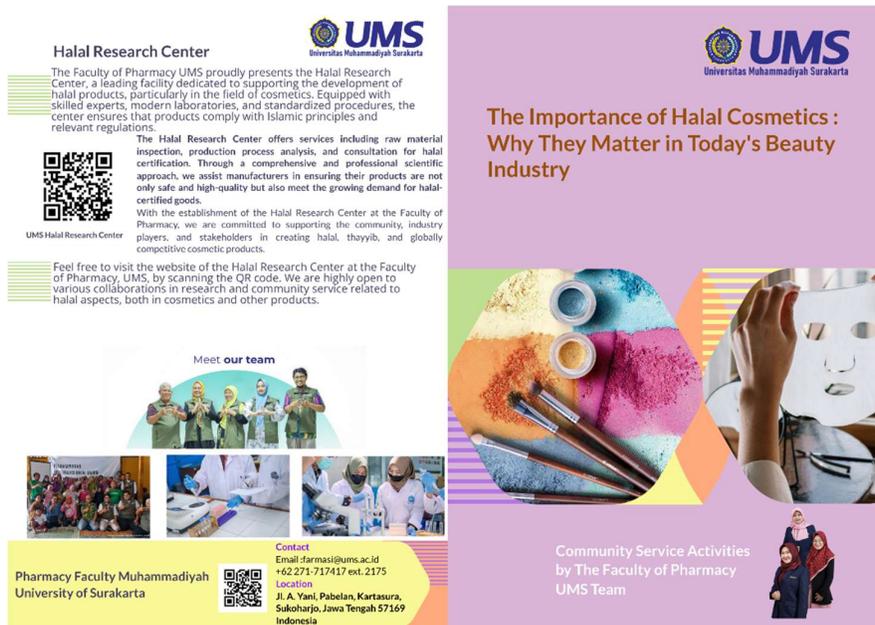
- Ethical Sourcing**
Halal cosmetics prioritize ethical sourcing and manufacturing processes, promoting sustainability and fair treatment of animals.
- Safety and Quality**
Many halal-certified products undergo rigorous testing to ensure they are safe and of high quality, making them suitable for a wide range of skin types.
- Skin Health**
Halal cosmetics often avoid harmful chemicals, synthetic fragrances, and preservatives that can irritate the skin, providing a gentler alternative for sensitive skin.
- Spiritual Fulfillment (For Muslims)**
Using halal cosmetics allows individuals to align their beauty routines with their faith, contributing to spiritual well-being and peace of mind.
- Growing Market Demand**
The demand for halal products is rapidly increasing worldwide. By choosing halal cosmetics, consumers can support a growing market that respects their values.

How to Identify Halal Cosmetics?

- 1.** Look for halal certification logos from recognized certifying bodies on packaging. Research brands that commit to halal practices and transparency in their ingredient sourcing.

- 2.** Conclusion Choosing halal cosmetics is not just about adhering to religious beliefs; it is also about supporting ethical practices, ensuring safety, and promoting personal well-being. By making informed choices, we contribute to a more sustainable and compassionate beauty industry.

Gambar 2. Leaflet Halal Cosmetics



Gambar 2. Leaflet Cover

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan judul *Pengenalan Konsep Kosmetik Halal Kepada Pengunjung SIIF* telah sukses dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 27-28 November 2024 pada acara Seoul International Invention Fair (SIIF) di Coex, Seoul, Korea Selatan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pengunjung SIIF mengenai pentingnya aspek halal dalam kosmetik, baik dari segi kehalalan bahan yang digunakan maupun dampaknya terhadap kesehatan dan etika konsumen. Dengan memanfaatkan kegiatan internasional ini, Tim Pengabdian Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) berupaya memperkenalkan konsep kosmetik halal kepada masyarakat global, sekaligus mendukung visi Indonesia sebagai salah satu produsen halal terkemuka di dunia. Acara ini menjadi platform strategis untuk menyampaikan informasi yang relevan dan membangun kesadaran Masyarakat Korea dan internasional, serta para pelaku bisnis kosmetik internasional yang hadir di SIIF, tentang pentingnya memilih produk kosmetik yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal.

Penyuluhan dilakukan secara langsung kepada para pengunjung SIIF yang mengunjungi booth Fakultas Farmasi UMS di SIIF. Dalam pelaksanaannya, digunakan metode komunikasi interaktif untuk menjalin dialog dua arah antara penyuluh dan peserta. Informasi mengenai kosmetik halal disampaikan melalui media leaflet yang dirancang secara informatif dan menarik, sehingga memudahkan peserta memahami materi yang disampaikan. Selain itu, pemberian souvenir kepada peserta penyuluhan menjadi bagian dari strategi untuk meningkatkan antusiasme pengunjung terhadap kegiatan ini. Pendekatan ini tidak hanya memberikan edukasi tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung, sehingga mereka lebih terbuka terhadap konsep kosmetik halal yang diperkenalkan.

Sebagai bagian dari evaluasi kegiatan, penyuluhan juga melibatkan pengisian kuesioner oleh para peserta yang hadir di booth Fakultas Farmasi UMS. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti penyuluhan, serta dapat diakses oleh peserta dari berbagai lokasi melalui sistem QR code. Dari total 113 pengunjung booth, sekitar 40% di antaranya berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Data yang terkumpul dari kuesioner ini menjadi dasar untuk menganalisis efektivitas penyuluhan dan merencanakan kegiatan serupa di masa depan. Partisipasi aktif pengunjung dalam pengisian kuesioner menunjukkan adanya ketertarikan yang cukup besar terhadap topik kosmetik halal, sekaligus memberikan gambaran awal tentang dampak edukasi yang telah dilakukan selama acara berlangsung.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

Analisis data *pretest* dan *posttest* dalam kegiatan penyuluhan mengenai konsep kosmetik halal menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta setelah mengikuti program tersebut (Tabel 1). Hasil menunjukkan bahwa peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mampu memahami dan menginternalisasi materi yang disampaikan. Median skor *pretest* dan *posttest* masing-masing tercatat pada angka 32,32 dan 94,3, yang memperkuat temuan bahwa penyuluhan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta secara substansial. Hasil uji t berpasangan menunjukkan nilai t sebesar -63,78 dengan p-value yang sangat kecil, yaitu $8,08 \times 10^{-83}$. Nilai p yang jauh di bawah batas signifikansi umum (0,05) menandakan bahwa perubahan yang terjadi bukanlah kebetulan, melainkan hasil dari intervensi edukasi yang efektif.

Peningkatan signifikan dalam skor *posttest* ini (Gambar 5) mencerminkan efektivitas metode penyuluhan yang digunakan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pendekatan edukatif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk halal. Studi yang dilakukan oleh Hati *et al.* (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai pemilihan produk kosmetik yang aman dan halal dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya aspek halal dalam kosmetik. Selain itu, penelitian oleh Pamungkas *et al.* (2023) menegaskan bahwa penggunaan media yang tepat dalam penyuluhan dapat memperkuat pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap produk halal. Dengan demikian, hasil analisis ini tidak hanya memberikan gambaran tentang keberhasilan penyuluhan tetapi juga mendukung argumen bahwa edukasi adalah kunci untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kosmetik halal di kalangan konsumen.



Gambar 5. Diagram Perbandingan Nilai *Pretest* dan *Posttest* Peserta Penyuluhan

Dengan hasil analisis yang menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan ini, diharapkan peserta dapat lebih selektif dalam memilih produk kosmetik yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Hal ini sangat penting mengingat meningkatnya permintaan akan produk halal di pasar global dan kesadaran konsumen terhadap kesehatan serta etika dalam penggunaan produk kosmetik. Peningkatan pemahaman ini tidak hanya berdampak pada individu tetapi juga dapat mempengaruhi industri kosmetik secara keseluruhan untuk lebih memperhatikan aspek kehalalan dalam produksi mereka. Dengan demikian, kegiatan penyuluhan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong perubahan positif di masyarakat terkait pemilihan produk kosmetik yang lebih bertanggung jawab dan sesuai dengan nilai-nilai halal.

Table 1. Hasil *Pretest* dan *Posttest*

Parameter	Nilai Rata-rata Hasil
Skor <i>Pretest</i>	32,56 ± 9,09
Skor <i>Posttest</i>	94,23 ± 4,56

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada *Seoul International Invention Fair* (SIIF) 2024 telah berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep kosmetik halal. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat peningkatan skor pemahaman yang signifikan, dari 32,56 ± 9,09 (*pretest*) menjadi 94,23 ± 4,56 (*posttest*). Peningkatan ini menunjukkan efektivitas metode penyuluhan yang digunakan, termasuk komunikasi interaktif dan penggunaan media leaflet sebagai alat bantu edukasi.

Dengan meningkatnya pemahaman ini, diharapkan masyarakat, khususnya konsumen internasional, semakin sadar akan pentingnya kosmetik halal. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan wawasan kepada pelaku industri kosmetik mengenai potensi pasar kosmetik halal, sehingga dapat mendorong inovasi dan pengembangan produk halal di tingkat global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mendanai penuh, serta memberikan dukungan secara moral dan materi, sehingga kegiatan pengabdian kepada Masyarakat di ajang SIIF, Korea Selatan dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, A., Zainuddin, N., & Ahmad, S. (2021). Halal cosmetics: Understanding the market and consumer perceptions. *Journal of Islamic Marketing*.
- Dita Juliastuti, F., Salsabila, F., Taqiyyah, A., Yunita, A., & Rizqya, C. N. P. (2023). Analysis of literacy levels and determinant the purchase decision of halal cosmetics and skincare among high school students. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 95-104.

- Hati, R., Rahmawati, I., & Sari, D. (2023). Edukasi pemilihan produk kosmetik yang aman dan halal: Studi kasus pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Komunitas*, 12(1), 45-52.
- Ismail, N., & Ali, M. (2023). The importance of halal certification in the cosmetic industry. *International Journal of Islamic Economics and Finance*.
- Lailaturohmah, S., Lutviyani, A., & Nabila, J. R. (2021). The effect of education on knowledge and attitudes in using halal cosmetic products. *Journal of Halal Product and Research*, 4(2), 83-89.
- Pamungkas, A., Putra, A., & Sari, Y. (2023). Pengaruh media sosialisasi terhadap pengetahuan masyarakat tentang kosmetik halal. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 123-130.
- Siyavooshi, M., Abbasnejad, T., & Mirsoleymani, Z. (2023). The effect of awareness of halal cosmetics' health on consumers' willingness for purchase. *Journal of Social Behavior and Community Health*, 7(2), 1137-1147.
- Zainuddin, N., & Rahman, A. (2022). Understanding halal standards in cosmetics: A review. *Journal of Islamic Marketing*.