



Education on the Use of Halal Skincare as a Gen-Z Lifestyle

Edukasi Penggunaan Skincare Halal Sebagai Gaya Hidup Gen-Z

**Alisyah Deviana Anindita¹, Seffy Amilah², Ismatul Khawa^{3*}, Alivia Rizka Oktaviana⁴,
Adinda Mulia Utami⁵, Ade Gunawan⁶, Hendri Hermawan Adinugraha⁷**

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

E-Mail: ¹alisyah.deviana.anindita24030@mhs.uingusdur.ac.id,
²seffy.amilah24005@mhs.uingusdur.ac.id, ³ismatul.khawa24024@mhs.uingusdur.ac.id,
⁴alivia.rizka.oktaviana24014@mhs.uingusdur.ac.id, ⁵adinda.mulia.utami24020@mhs.uingusdur.ac.id,
⁶ade.gunawan@uingusdur.ac.id, ⁷hendri.hermawan@uingusdur.ac.id

Received Jun 11th 2025; Revised Nov 22th 2025; Accepted Dec 04th 2025; Available Online Dec 30th 2025

Corresponding Author: Ismatul Khawa

Copyright © 2025 by Authors, Published by Institut Riset dan Publikasi Indonesia (IRPI)

Abstract

Increased awareness of the importance of a healthy and religious lifestyle among Generation Z has also driven the need for education on choosing halal and safe skincare products. This community service activity aims to educate students at MAN Pekalongan on the importance of choosing skincare products that are halal-certified and registered with the Indonesian Food and Drug Administration (BPOM). The outreach was conducted through material presentation, interactive discussions, and questionnaire-based evaluations involving 25 students. The material covered the characteristics of halal products, the importance of Majelis Ulama Indonesia (MUI) and BPOM labels, and practices for identifying product packaging. The questionnaire results showed that 90% of students understood the material presented, 84% expressed interest in using halal products, and 78% were willing to share the information obtained. The discussions revealed high levels of enthusiasm and curiosity among students regarding product ingredients, the order of skincare application, and the effects of their use. This activity not only enhances halal literacy among students but also encourages critical and selective attitudes toward the consumption of cosmetic products. Halal skincare education has proven to be an effective strategy for empowering young consumers in promoting a healthier, safer, and Islam-aligned lifestyle. It is hoped that similar activities can be conducted sustainably in other schools as well.

Keywords: Consumer Literacy, Halal Education, Healthy Lifestyle, Generation Z, Teenage Skincare

Abstrak

Peningkatan kesadaran akan pentingnya gaya hidup sehat dan religius di kalangan generasi Z turut mendorong kebutuhan akan edukasi pemilihan produk skincare yang halal dan aman. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada siswa MAN Pekalongan mengenai pentingnya memilih produk skincare yang bersertifikat halal dan terdaftar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Pengabdian dilaksanakan melalui metode penyampaian materi, diskusi interaktif, dan evaluasi berbasis kuesioner yang diikuti oleh 25 siswa. Materi meliputi pengenalan ciri produk halal, pentingnya label Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan BPOM, serta praktik mengenali kemasan produk. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 90% siswa memahami materi yang diberikan, 84% menyatakan ketertarikan untuk menggunakan produk halal, dan 78% bersedia menyebarkan informasi yang diperoleh. Diskusi yang dilakukan menunjukkan tingginya antusiasme dan rasa ingin tahu siswa terkait kandungan produk, urutan pemakaian skincare, dan efek penggunaannya. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan literasi halal di kalangan siswa, tetapi juga mendorong sikap kritis dan selektif terhadap konsumsi produk kosmetik. Edukasi skincare halal terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan konsumen muda dalam membentuk gaya hidup yang lebih sehat, aman, dan selaras dengan nilai-nilai Islam. Diharapkan kegiatan serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan di sekolah-sekolah lain.

Kata Kunci: Edukasi Halal, Gaya Hidup Sehat, Generasi Z, Literasi Konsumen, Skincare Remaja

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kosmetik dan skincare di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat, khususnya generasi Z, terhadap pentingnya perawatan

diri. Di sisi lain, mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam menjadikan aspek kehalalan produk sebagai salah satu pertimbangan utama dalam konsumsi, termasuk dalam penggunaan skincare. Hal ini mendorong lahirnya tren baru dalam dunia kecantikan, yakni penggunaan skincare halal sebagai bagian dari gaya hidup [1].

Generasi Z, sebagai kelompok usia yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi dan arus informasi global, memiliki karakteristik unik: kritis, sadar lingkungan, dan sangat peduli pada nilai-nilai personal, termasuk nilai religius. Dalam konteks ini, kebutuhan edukasi mengenai pentingnya memilih skincare yang tidak hanya aman dan sesuai jenis kulit, tetapi juga bersertifikasi halal, menjadi sangat relevan [2]. Penelitian lain menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesadaran halal yang baik mampu memengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik secara signifikan [3].

Selain itu, hasil penelitian Hamin & Pongoli (2023) mengungkapkan bahwa literasi mengenai kosmetik halal di kalangan Gen-Z masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal pemahaman kandungan dan sertifikasi. Padahal, pemilihan produk halal tidak hanya berhubungan dengan aspek keagamaan, tetapi juga menjamin keamanan, kebersihan, dan kepatuhan terhadap standar mutu yang lebih tinggi [4].

Di tengah pertumbuhan pesat industri kecantikan di Indonesia, generasi Z muncul sebagai konsumen utama yang responsif terhadap tren skincare dan sangat aktif mencari informasi melalui media digital [5]. Namun, tingginya paparan informasi tersebut tidak selalu diimbangi dengan literasi kecantikan yang memadai, terutama terkait keamanan, komposisi bahan, dan regulasi produk. Padahal, mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam menjadikan aspek kehalalan sebagai pertimbangan penting dalam konsumsi, termasuk skincare. Meski demikian, penelitian menunjukkan bahwa literasi mengenai kosmetik halal di kalangan generasi Z masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam memahami kandungan dan sertifikasi halal [6]. Hal ini menjadi perhatian karena sertifikasi halal tidak hanya mencerminkan nilai religius, tetapi juga menjamin higienitas, keamanan, dan kualitas produk secara menyeluruh.

Berkaca pada fenomena tersebut, edukasi mengenai skincare halal menjadi urgensi yang relevan untuk memperkuat kesadaran kritis generasi Z dalam memilih produk yang aman, sesuai kebutuhan kulit, serta memenuhi standar kehalalan [7]. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pemahaman komprehensif tentang definisi, manfaat, regulasi, dan cara mengenal produk skincare halal yang tepat. Selain memperkuat nilai keagamaan dalam praktik konsumsi, kegiatan ini juga diharapkan dapat mendukung perkembangan industri halal nasional dengan mendorong meningkatnya permintaan produk halal berkualitas dan memotivasi produsen lokal untuk berinovasi. Dengan demikian, edukasi literasi halal bagi generasi Z tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga memiliki dampak strategis terhadap penguatan ekosistem industri kecantikan halal di Indonesia [1].

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi yang tepat mengenai definisi, manfaat, dan cara memilih produk skincare halal kepada generasi Z. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat membentuk kesadaran kritis akan pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dalam praktik konsumsi sehari-hari, serta memperkuat posisi produk halal lokal di pasar dalam negeri [1].

2. BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di MAN Pekalongan dengan melibatkan 25 siswa kelas 10.3 sebagai peserta. Tujuan utama kegiatan adalah memberikan edukasi mengenai pentingnya memilih dan menggunakan produk skincare halal yang aman dan sesuai dengan standar kehalalan MUI serta telah terdaftar di BPOM. Metode pelaksanaan mencakup tiga tahapan utama, yaitu: (1) penyampaian materi edukatif mengenai definisi, ciri-ciri, dan manfaat penggunaan skincare halal; (2) sesi diskusi interaktif yang memberi ruang bagi siswa untuk bertanya dan menyampaikan pengalaman pribadi terkait penggunaan skincare; dan (3) evaluasi melalui pengisian kuesioner online guna mengetahui tingkat pemahaman dan ketertarikan siswa terhadap topik yang disampaikan.

Seluruh kegiatan dilaksanakan di dalam kelas yang kondusif untuk mendukung proses penyampaian materi dan diskusi. Kami juga membawa beberapa contoh produk skincare halal sebagai media praktik langsung dalam mengenali label halal dan izin edar BPOM. Evaluasi dilakukan secara kuantitatif melalui kuesioner yang diisi menggunakan perangkat smartphone masing-masing siswa. Hasil kuesioner digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan pengabdian, termasuk pemahaman konsep skincare halal, minat penggunaan, serta niat menyebarluaskan informasi yang diperoleh.

3. HASIL DAN DISKUSI

Sebelum sesi pelatihan, tim pengabdian mensurvei dan mewawancara siswa MAN Pekalongan terkait penggunaan produk skincare siswa. Setelah disurvei dan diwawancara para siswa mengalami kesulitan dalam memilih produk skincare yang halal. Siswa kesulitan bagaimana cara memilih produk skincare yang halal dan berlabel BPOM supaya lebih aman dalam penggunaan skincare.

Pengenalan produk skincare halal merupakan bagian dari pengabdian masyarakat oleh mahasiswa Akuntansi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid kepada siswa MAN Pekalongan mendapat antusias yang baik. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pemaparan materi mengenai cara memilih produk skincare halal,

diskusi, dan ditutup dengan evaluasi. Materi yang disajikan ialah pengenalan pengertian produk skincare halal, ciri-ciri produk skincare halal, menunjukkan sertifikasi halal dari MUI, menjelaskan contoh produk skincare halal serta bagaimana cara pemilihan produk skincare yang halal dan aman.

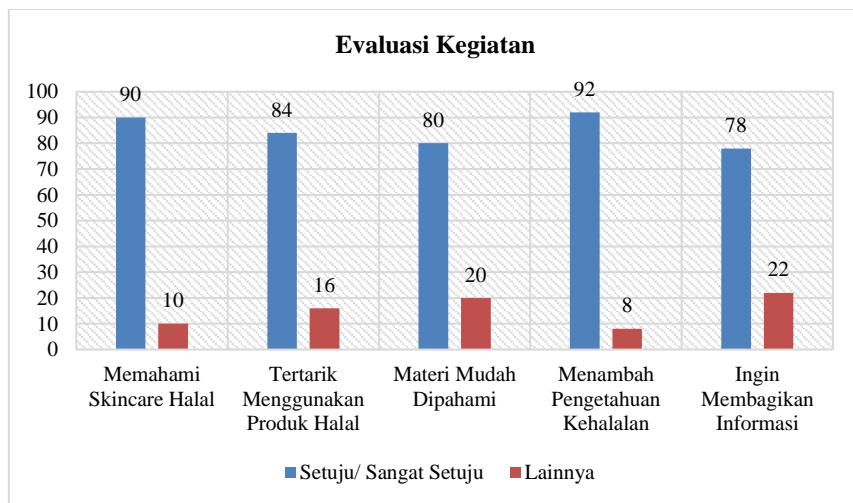
Dalam sesi pengabdian yang telah dilakukan, siswa dilatih untuk memahami materi yang telah dijelaskan oleh tim pengabdian. Tim pengabdian melatih kemampuan para siswa dengan memberikan pertanyaan kepada siswa. Pengabdian pengenalan produk skincare halal pada siswa membantu agar dapat memilih produk skincare yang halal dan bersertifikat.



Gambar 1. Penyampaian materi dan diskusi

Pelatihan mengadakan sesi diskusi dan sesi tanya jawab bertujuan untuk memastikan kembali apakah penyampaian materi sudah jelas dan dapat dipahami atau masih ada yang belum memahami materi yang telah disampaikan. Pada sesi ini siswa menanyakan kenapa sudah pakai skincare tetapi wajah tetap susah putih, bagaimana cara menghilangkan jerawat, bagaimana cara membedakan produk skincare yang halal dan yang tidak, bagaimana urutan pakai skincare di usia remaja, pada usia berapa boleh menggunakan skincare. Diskusi berjalan dengan cukup baik, berbobot, dan partisipasi aktif dari peserta. Dengan sesi diskusi maka tim pengabdian dapat membantu menjawab apa yang dibutuhkan peserta selain dari materi yang telah diberikan.

Evaluasi dilakukan dengan mengisi link kuesioner oleh siswa yang telah mengikuti pelatihan penggunaan produk skincare halal melalui smartphone masing-masing. Gambar 2 merupakan presentasi kuesioner evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian pengenalan produk skincare halal yang dilakukan di MAN Pekalongan berdasarkan gambar 2 dapat dikatakan berhasil. Hal ini bisa dilihat dari persentase kuesioner, yaitu:

1. Para siswa mampu memahami mengenai skincare halal yang sudah dijelaskan oleh tim pengabdian. Dari hasil kuesioner yang telah disebarluaskan besar persentase dari pemahaman mengenai skincare halal menunjukkan angka 90%.
2. Para siswa tertarik menggunakan produk skincare halal. Dari hasil kuesioner yang telah disebarluaskan besar persentase dari ketertarikan menggunakan produk halal siswa menunjukkan angka 84%.
3. Materi disampaikan secara singkat dan jelas sehingga mudah dipahami. Materi yang disampaikan sudah sesuai kebutuhan. Oleh karena itu, tim pengabdian berusaha untuk menyampaikannya dengan bahasa

yang jelas dan mudah dipahami bagi siswa yang tidak memiliki pengetahuan tentang skincare. Pada point ini mendapat prosentase 80%.

4. Materi pengabdian yang dibawakan dapat menambah pengetahuan mengenai kehalalan kepada para siswa. ini dikarenakan penting untuk memakai produk yang halal. Tim pengabdian memberikan materi yang sesuai dan tidak membuat para siswa terbebani dengan materi. Hal ini terlihat dari hasil prosentase yang genap 92%.
5. Dari materi yang disampaikan tim pengabdi, para siswa ingin membagikan informasi tentang skincare halal. Dari hasil kuesioner yang telah disebarluaskan besar presentase dari keinginan membagikan informasi menunjukkan angka 78%.

Hasil pelaksanaan pengabdian mengenai pengenalan produk skincare halal di MAN Pekalongan menunjukkan tingkat keberhasilan yang tinggi. Data kuesioner mengindikasikan bahwa pemahaman siswa terhadap konsep skincare halal mencapai 90%, yang menandakan bahwa materi yang disampaikan mampu dipahami dengan baik oleh peserta. Selain itu, ketertarikan siswa untuk menggunakan produk skincare halal juga cukup tinggi dengan persentase 84%, menunjukkan adanya perubahan positif dalam preferensi konsumsi mereka setelah mengikuti kegiatan. Penyampaian materi yang singkat, jelas, dan sesuai kebutuhan turut berkontribusi pada efektivitas kegiatan, terlihat dari penilaian 80% pada aspek kemudahan pemahaman. Temuan ini menguatkan bahwa metode penyampaian yang komunikatif dan relevan dapat meningkatkan daya serap pengetahuan, terutama bagi siswa yang sebelumnya memiliki literasi rendah terkait skincare.

Di sisi lain, peningkatan pengetahuan mengenai aspek kehalalan kosmetik menjadi temuan paling signifikan, ditunjukkan oleh persentase 92%. Hal ini menegaskan bahwa materi pengabdian tidak hanya memberikan informasi baru, tetapi juga mampu memperkuat kesadaran religius dan sikap hati-hati siswa dalam memilih produk. Dampak edukatif kegiatan ini juga tercermin dari keinginan siswa untuk membagikan informasi tentang skincare halal kepada lingkungan sekitar, dengan persentase 78%. Kesiapan untuk menyebarluaskan informasi menunjukkan bahwa siswa bukan hanya memahami materi, tetapi juga termotivasi untuk menjadi agen penyampai pengetahuan. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa kegiatan pengabdian berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan literasi, kesadaran, dan perilaku positif terkait penggunaan produk skincare halal pada siswa MAN Pekalongan.

Berdasarkan hasil tersebut, keunggulan utama kegiatan pengabdian ini terletak pada kemampuan tim pengabdi dalam mengintegrasikan aspek edukatif, religius, dan praktis secara seimbang. Materi tidak hanya berfokus pada pengenalan produk skincare halal, tetapi juga menanamkan kesadaran kritis siswa dalam memilih produk yang aman dan sesuai syariat. Tingginya persentase pemahaman dan peningkatan pengetahuan menunjukkan bahwa pendekatan komunikatif, bahasa sederhana, serta contoh yang relevan dengan kehidupan sehari-hari siswa sangat efektif. Selain itu, antusiasme siswa untuk menggunakan dan membagikan informasi skincare halal mencerminkan keberhasilan kegiatan dalam membangun sikap positif dan partisipatif. Hal ini menjadi indikator bahwa pengabdian tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku berkelanjutan.

Ke depan, kegiatan pengabdian ini memiliki potensi besar untuk dilanjutkan dan dikembangkan secara lebih luas. Program serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan menambahkan sesi praktik, seperti membaca label halal, mengenali bahan kosmetik, atau menghadirkan praktisi industri halal. Selain itu, cakupan sasarannya dapat diperluas ke sekolah lain atau melibatkan guru sebagai mitra agar dampaknya lebih berkelanjutan. Dengan penguatan kolaborasi dan inovasi metode penyampaian, kegiatan pengabdian diharapkan mampu membentuk generasi muda yang tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga sadar halal, kritis, dan bertanggung jawab dalam memilih produk yang digunakan sehari-hari.

4. KESIMPULAN

Siswa merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian yang dilakukan terkait edukasi mengenai skincare halal. Melalui kegiatan ini, siswa memperoleh pemahaman yang lebih baik dalam memilih produk perawatan kulit yang tidak hanya aman digunakan, tetapi juga sesuai dengan prinsip kehalalan yang telah ditetapkan, khususnya produk yang telah memiliki label sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Edukasi ini memberikan dampak positif, karena siswa menjadi lebih selektif dan kritis dalam mempertimbangkan kandungan produk skincare yang mereka gunakan sehari-hari. Kegiatan ini juga mendorong kesadaran siswa untuk menyebarluaskan informasi yang diperoleh kepada teman sebaya dan keluarga. Ke depannya, tim pengabdian (Kami) berharap agar siswa MAN Pekalongan dapat menjadi lebih cermat dan mandiri dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh, terutama dalam mengidentifikasi dan memilih produk skincare yang halal, aman, dan ramah terhadap kesehatan kulit. Dengan demikian, wajah tetap terawat dan terhindar dari risiko penggunaan bahan kimia berbahaya yang tidak sesuai dengan standar kehalalan maupun kesehatan. Edukasi semacam ini penting untuk dilanjutkan dan diperluas cakupannya sebagai bagian dari penguatan literasi konsumen halal di kalangan generasi muda.

REFERENSI

- [1] A. W. N. Khamidah, S. A. Putri, S. M. Jannah, I. Kudus, and K. Kunci, "Kesadaran Hukum Gen Z Tentang Kosmetik Halal (Studi Kasus di Kecamatan Sale, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah)," C, pp. 151–158, 2024.
- [2] N. K. Maharani and A. Silvia, "Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal," *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 81–94, 2019.
- [3] K. Jasmine, "Pengaruh Kesadaran Halal, Pengetahuan dan Kemudahan Mendapat Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Pribadi dan Kosmetik Halal," *Jurnal Ilmiah*, 2020. [Online]. Available: <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1226372&val=11435>
- [4] D. I. Hamin and Y. I. Pongoliu, "Literasi Pemilihan Cosmetik Halal Bagi Gen Z Sebagai Peluang Bisnis di Era Digital," *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2023.
- [5] S. Rahmawati and L. F. Putri, "Tren Konsumsi Kosmetik Halal di Indonesia pada Era Modern," *Journal of Halal Industry Studies*, vol. 5, no. 2, pp. 44–52, 2021.
- [6] M. S. Pratama, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Skincare pada Generasi Z," *Jurnal Komunikasi Digital*, vol. 4, no. 1, pp. 12–20, 2022.
- [7] R. A. Lestari, "Urgensi Literasi Halal dalam Meningkatkan Kesadaran Konsumen Milenial dan Gen Z," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, vol. 7, no. 3, pp. 201–210, 2021.