

Potensi Integrasi Living Hadis Dalam Produk *Skincare* Halal: Fondasi Etika, Spiritual, Dan Keberlanjutan

Widya Kartika Rakhmawati

Uin Saizu Purwokerto
rumahcantikwidya@gmail.com

Abstract

The global skincare industry is experiencing rapid growth, driven by increasing consumer awareness of skin health, product safety, and the demand for halal skincare. Nevertheless, academic studies remain largely focused on marketing, consumer behavior, and certification, while Islamic normative foundations, particularly hadith, are rarely explored as a conceptual basis. This article aims to examine the potential integration of Living Hadith—the practice of applying hadith in daily life—within contemporary skincare business practices. The study employs a qualitative library research method with thematic analysis of hadith literature, living hadith studies, and recent research on the halal skincare industry. Findings reveal that hadiths concerning cleanliness, self-care, and environmental responsibility can serve as ethical and spiritual foundations for developing sustainable skincare business models. Implementation includes the use of halal ingredients, transparency in production, and commitment to environmental sustainability. This article proposes an integrative conceptual framework that aligns prophetic values with modern business strategies, thereby strengthening Islamic identity while enhancing the competitiveness of the halal skincare industry.

Keywords: halal skincare, living hadith, Islamic business ethics, sustainability, halal industry

Abstrak

Pertumbuhan industri skincare global semakin pesat seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan kulit, keamanan produk, dan kebutuhan akan skincare halal. Namun, penelitian akademik masih cenderung menyoroti aspek pemasaran, perilaku konsumen, serta sertifikasi, sementara landasan normatif Islam, khususnya hadis, belum banyak dijadikan pijakan konseptual. Artikel ini bertujuan mengkaji potensi integrasi Living Hadis dalam bisnis skincare kontemporer. Penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka dengan analisis tematik terhadap literatur hadis, kajian living hadis, dan riset terbaru mengenai industri skincare halal. Hasil kajian mengungkap bahwa hadis tentang kebersihan, perawatan diri, dan kepedulian terhadap lingkungan dapat menjadi fondasi etika dan spiritual bagi model bisnis skincare berkelanjutan. Implementasinya tampak pada penggunaan bahan halal, transparansi proses produksi, serta komitmen menjaga keberlanjutan lingkungan. Artikel ini memberikan kerangka konseptual yang memadukan nilai sunnah dan strategi bisnis

modern, sehingga memperkuat identitas Islami sekaligus meningkatkan daya saing industri skincare halal.

Kata kunci: skincare halal, living hadis, etika bisnis Islam, keberlanjutan, industri halal

A. Pendahuluan

Perkembangan industri *skincare* global menunjukkan percepatan signifikan dalam beberapa dekade terakhir¹, termasuk di Malaysia² dan Indonesia.³ Pertumbuhan tersebut didorong oleh kombinasi faktor peningkatan kesadaran konsumen terhadap kesehatan kulit dan keamanan produk, penetrasi kanal digital (e-commerce dan media sosial), serta naiknya permintaan akan produk halal bagi konsumen Muslim. Data pasar internasional menunjukkan bahwa sektor *skincare* halal terus tumbuh dan menarik perhatian produsen serta pemangku kepentingan global, membuka peluang ekonomi besar bagi negara-negara yang mampu menyediakan produk sesuai standar halal.⁴

Dalam ranah akademik dan praktik bisnis, kajian tentang *skincare* halal umumnya fokus pada dimensi pemasaran, perilaku konsumen⁵, sertifikasi⁶, dan tata kelola rantai pasok.⁷ Beberapa tinjauan sistematis terbaru mengonfirmasi adanya konsentrasi riset pada faktor-faktor keputusan pembelian⁸, peran logo atau sertifikasi halal,⁹ serta kendala bagi usaha kecil menengah (UKM) untuk menembus pasar internasional.¹⁰ Akan tetapi, ada keterbatasan penelitian yang secara eksplisit mengaitkan teks-teks

¹ "Skincare Market Size, Share, Trends _ Growth Analysis [2032]," n.d.

² Roszi Naszariah Nasni Naseri and Raja Nazim Raja Abdullah, "Trends and Growth of Halal Cosmetic Industry in Malaysia," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 12, no. 2 (February 19, 2022), doi:10.6007/ijarbss/v12-i2/12892.

³ Nawiyah Nawiyah et al., "PENYEBAB PENGARUHNYA PERTUMBUHAN PASAR INDONESIA TERHADAP PRODUK SKIN CARE LOKAL PADA TAHUN 2022," *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1, no. 12 (December 19, 2023): I, 1390–96, doi:10.55681/armada.v1i12.1060.

⁴ Eva Zunia Khoiriyah et al., "Trends and Challenges Industry Halal Cosmetics: Opportunities Growth in Indonesia and Global Markets" 2, no. 2 (2024): II, 1–11.

⁵ Jurnal Ekonomika et al., "PENGARUH LABEL HALAL, E-WoM, FoMO DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE HALAL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KABUPATEN TUBAN)," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, n.d., <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>.

⁶ Ekonomika et al., "PENGARUH LABEL HALAL, E-WoM, FoMO DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE HALAL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KABUPATEN TUBAN)."

⁷ Budi Harsanto et al., "Digital Technology 4.0 on Halal Supply Chain: A Systematic Review," *Logistics* (Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), March 1, 2024), doi:10.3390/logistics8010021.

⁸ Yulianty Chi Putri and Bertina Sjabadhyini, "The Impact of Halal Certification and Halal Awareness on Consumer Intentions to Purchase Skincare Products Online," *Islamic perspective on Communication and Psychology* 2, no. 1 (February 28, 2025): II, 1–15, doi:10.61511/ipercomp.v2i1.2025.1375.

⁹ Rachma Rizqina Mardhotillah et al., "PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE," n.d.

¹⁰ Regulasi Jaminan et al., "KEPATUHAN PRODUSEN SKINCARE TERSERTIFIKASI HALAL TERHADAP," n.d.; "ASEAN Cosmetic Halal Certification Regulation _ ChemLinked," n.d.

keagamaan (khususnya hadis) sebagai landasan normatif dan operasional dalam strategi bisnis *skincare* modern.

Sementara itu, kajian tentang *Living Hadis*, yaitu bagaimana hadis-hadis Nabi dipahami, diaktualisasikan, dan dijadikan bagian praktik sosial kebudayaan kontemporer, telah berkembang pesat terutama dalam studi keislaman di kawasan Nusantara.¹¹ Konsep ini menekankan bahwa hadis bukan hanya teks normatif yang diam di kitab, melainkan hidup dan berfungsi sebagai rujukan perilaku sehari-hari oleh komunitas Muslim.¹² Pembacaan *Living Hadis* yang kritis dan kontekstual membuka peluang untuk menginterpretasikan hadis-hadis yang menekankan kebersihan, menjaga diri dengan yang halal, perawatan diri secara positif sebagai basis etik bagi praktik bisnis yang bertanggung jawab dan bernilai spiritual.¹³

Integrasi antara perspektif *Living Hadis* dan praktik bisnis *skincare* menawarkan beberapa potensi keunggulan konseptual dan praktis. Secara konseptual, ia memperkaya kerangka etika bisnis Islam dengan menambahkan dimensi ritual-praktis (sunnah) pada aktivitas produksi¹⁴, pemasaran¹⁵, dan layanan konsumen¹⁶. Secara praktis, framing merawat diri dengan produk *skincare* yang halal, adalah sebagai pengamalan sunnah (misalnya perawatan dan kebersihan sebagai bagian dari ibadah) dapat menjadi *unique selling proposition* yang memperkuat identitas merek halal¹⁷, kepercayaan konsumen, serta menambah dimensi nilai sosial dan keberlanjutan pada produk.¹⁸ Meski demikian, klaim-klaim tersebut perlu diuji secara sistematis agar tidak berujung pada komodifikasi agama semata.

¹¹ Saifuddin Zuhri Qudsy et al., "The Making of Living Ḥadīth: A New Direction of Ḥadīth Studies in Indonesia," *Culture and Religion* 23, no. 4 (2023): XXIII, 353–72, doi:10.1080/14755610.2024.2336461.

¹² Fadhilah Iffah, "LIVING HADIS DALAM KONSEP PEMAHAMAN HADIS," *Thullab: Jurnal Riset Publikasi Mahasiswa*, 2021.

¹³ Peran Hadis et al., "PERAN HADIS DALAM PEMBENTUKAN ETIKA BISNIS KOSMETIK MUSLIM Nasrah Ainun Nur Hasanah," *Jurnal Ilmu Hadits*, 2024.

¹⁴ Jaminan et al., "KEPATUHAN PRODUSEN SKINCARE TERSERTIFIKASI HALAL TERHADAP."

¹⁵ Navi ' Syahru et al., "REPRESENTASI KONSEP HALAL PADA IKLAN KOSMETIK WARDAH Syamsul Sodiq," n.d.

¹⁶ Muhammad Nusran et al., "EDUKASI GAYA HIDUP HALAL DI KALANGAN KOMUNITAS GENERASI MILENIAL," *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 1, no. 2 (September 10, 2021): I, 1–10, doi:10.30653/ijma.202112.20.

¹⁷ Herianti, "PANDUAN MAQASID SYARIAH UNTUK KONSUMEN SKINCARE: INTEGRASI HALAL, KESEHATAN, DAN KEBERLANJUTAN," *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, July 1, 2024.

¹⁸ Paradigma Pembangunan et al., "PARADIGMA PEMBANGUNAN EKONOMI BERKELANJUTAN BERBASIS PRINSIP HALAL DAN TAYYIB," *INTERNATIONAL JOURNAL MATHLA'UL ANWAR OF HALAL ISSUES* 5 (97AD).

Dalam konteks regulasi, negara-negara dengan populasi Muslim mayoritas khususnya Indonesia, telah mengintensifkan aturan terkait jaminan produk halal dan tata cara sertifikasi. Kerangka hukum dan mekanisme sertifikasi (misalnya peran LPPOM-MUI dan BPJPH di Indonesia) menuntut transparansi bahan baku, proses produksi, dan audit ketertelusuran (*traceability*).¹⁹ Kondisi ini menegaskan pentingnya sinkronisasi antara klaim religius dan bukti teknis prosedural yang dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha.²⁰

Mengingat kesenjangan penelitian antara kajian teks hadis dan studi bisnis *skincare* halal, penelitian ini muncul sebagai upaya mendorong potensi *Living Hadis* dapat diartikulasikan menjadi kerangka praktik bisnis *skincare* yang etis dan berkelanjutan. Dengan menempatkan hadis-hadis tentang merawat diri dan lingkungan sebagai pijakan normatif sekaligus modal simbolik dalam strategi bisnis, artikel ini bertujuan mengisi celah literatur serta menawarkan model konseptual yang dapat diuji lebih lanjut melalui penelitian empiris.

B. Landasan Teori

1) Living Hadis sebagai Fondasi Normatif

Konsep *Living Hadis* dipahami sebagai upaya menghidupkan, menafsirkan, dan mengimplementasikan hadis dalam kehidupan nyata. *Living Hadis* juga dipahami sebagai upaya menghidupkan, menafsirkan, dan mengimplementasikan hadis dalam kehidupan nyata.²¹ Hadis tidak hanya dilihat sebagai teks normatif, tetapi juga sebagai tradisi yang terus berinteraksi dengan konteks sosial-budaya modern.²²

Hadis tidak hanya dipandang sebatas teks normatif, tetapi juga sebagai tradisi yang terus berinteraksi dengan konteks sosial-budaya modern. Dengan demikian, *Living Hadis* menekankan pentingnya menjembatani antara pesan profetik dengan realitas kehidupan umat, sehingga nilai-nilai universal yang terkandung dalam hadis dapat teraktualisasi dalam berbagai bidang, termasuk etika, spiritualitas, dan praktik

¹⁹ Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan Dan Kosmetika, "HALAL ASSURANCE SYSTEM LPPOM MUI MAJELIS ULAMA INDONESIA (LPPOM MUI) THE ASSESSMENT INSTITUTE FOR FOODS, DRUGS AND COSMETICS INDONESIAN COUNCIL OF ULAMA (LPPOM MUI) 2008," n.d.

²⁰ Jaminan et al., "KEPATUHAN PRODUSEN SKINCARE TERSERTIFIKASI HALAL TERHADAP."

²¹ Lilly Suzana Shamsu, Norsaleha Mohd Salleh, and Lilly Suzana binti Haji Shamsu, "Menelaah Konsep Living Hadis Dan Kaitannya Dengan Ihya' al-Sunnah: Satu Tinjauan Literatur [Revising the Concept of Living Hadis and Its Relationship to Ihya' al-Sunnah: A Literature Overview]," 2021, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/Living/index>.

²² Nurul Alifah and Lukmanul Hakim, "Pentingnya Living Hadis Dalam Kajian Hadis," n.d., <https://jpion.org/index.php/jpi1128Situswebjurnal:https://jipipi.org/index.php/jipipi>.

kehidupan sehari-hari. Perspektif ini memberi ruang bagi pemahaman yang dinamis, kontekstual, dan relevan, tanpa mengabaikan otentisitas sumber hadis itu sendiri. Termasuk dalam dinamika perkembangan penggunaan *skincare* yang telah menjadi kebiasaan sehari-hari di seluruh dunia²³, prinsip *Living Hadis* dapat menjadi fondasi normatif dalam merumuskan produk halal yang tidak hanya memperhatikan aspek estetika, tetapi juga kesehatan, keberlanjutan, serta kepatuhan terhadap ajaran Islam.²⁴

Dalam konteks ini, relevan untuk sabda Nabi ﷺ:

“Kebersihan itu sebagian dari iman.”

(HR. Muslim no. 223)

Hadis ini menegaskan pentingnya menjaga kesehatan diri dan kebersihan lingkungan sebagai bagian dari nilai keimanan. Dari perspektif *Living Hadis*, pesan ini dapat dijadikan dasar dalam membangun kesadaran konsumen dan produsen *skincare halal* untuk mengedepankan produk yang aman, higienis, serta ramah lingkungan,²⁵ sehingga sejalan dengan tuntunan syariat sekaligus kebutuhan manusia modern.²⁶

2) Etika Bisnis Islam : etika Bisnis & Kejujuran

Nabi SAW bersabda:

“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang shiddiq, dan para syuhada.”

Shahih al-Bukhari, Kitāb al-Buyū', no. 2076. Relevan dengan kejujuran dalam label halal, transparansi komposisi, dan tidak menipu konsumen dalam klaim manfaat produk skincare.

Etika bisnis Islam menekankan prinsip *ṣidq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), transparansi, serta keberlanjutan (*halalan-ṭayyiban*).²⁷ Prinsip-prinsip ini tidak

²³ Khoiriyah et al., “Trends and Challenges Industry Halal Cosmetics: Opportunities Growth in Indonesia and Global Markets.”

²⁴ Herianti, “PANDUAN MAQASID SYARIAH UNTUK KONSUMEN SKINCARE: INTEGRASI HALAL, KESEHATAN, DAN KEBERLANJUTAN.”

²⁵ Pembangunan et al., “PARADIGMA PEMBANGUNAN EKONOMI BERKELANJUTAN BERBASIS PRINSIP HALAL DAN TAYYIB.”

²⁶ Adlin Masood, Sri Rahayu Hijrah Hati, and Alina Abdul Rahim, “HALAL COSMETICS INDUSTRY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW,” *International Journal of Business and Society* (Universiti Malaysia Sarawak, April 11, 2023), doi:10.33736/ijbs.5609.2023.

²⁷ Pembangunan et al., “PARADIGMA PEMBANGUNAN EKONOMI BERKELANJUTAN BERBASIS PRINSIP HALAL DAN TAYYIB.”

hanya menuntut kepatuhan terhadap regulasi formal²⁸, tetapi juga mendorong produsen untuk menjaga nilai moral dan sosial dalam praktik bisnis.²⁹ Dalam konteks skincare halal, hal ini berarti:

- a. Kejujuran dalam klaim produk.
- b. Transparansi dalam penggunaan bahan.
- c. Komitmen terhadap keamanan konsumen dan keberlanjutan lingkungan.

Dengan demikian, etika bisnis Islam menyediakan kerangka moral yang sejalan dengan nilai hadis sekaligus memenuhi tuntutan pasar modern.³⁰

3) Teori Bisnis Halal dan Konsumen Muslim

Teori perilaku konsumen halal menegaskan bahwa religiositas, kesadaran halal (*halal awareness*), dan kepercayaan terhadap sertifikasi halal merupakan determinan utama keputusan pembelian. Faktor-faktor ini semakin relevan ketika dikaitkan dengan industri skincare, karena produk yang melekat pada tubuh menuntut kepastian halal lebih tinggi dibanding kategori lain.³¹

Selain itu, pendekatan *value-based business* menyoroti identitas religius sebagai diferensiasi kompetitif berdasarkan nilai religius bagi merek halal. Artinya, nilai-nilai keagamaan bukan hanya menjadi faktor kepercayaan, tetapi juga diferensiasi kompetitif di pasar global.³²

4) Model Konseptual Integrasi Living Hadis dalam Bisnis Skincare Halal

Berdasarkan sintesis literatur, dirumuskan sebuah model konseptual integratif:

- a. Input : Nilai Hadis tentang menjaga kebersihan diri dan lingkungan, kejujuran dalam berniaga³³
- b. Proses (Praktik Bisnis Skincare Halal): transparansi bahan, sertifikasi halal, *Good Manufacturing Practices*, inovasi ramah lingkungan, pemasaran etis berbasis

²⁸ Nihro Afandi and Artikel Penelitian, "Tinjauan Ayat Al-Qur'an Dan Hadis Ekonomi Tentang Etika Produksi Dalam Islam Review of Quranic Verses and Economic Hadith on Production Ethics in Islam," *Jurnal Kolaboratif Sains* 7, no. 12 (2024): VII, 4650–55, doi:10.56338/jks.v7i12.6601.

²⁹ Amalia Fatiha Sani et al., "Integrasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Strategi Dan Etika Pemasaran Pada Produk Bersertifikasi Halal," 2025, 258–68, doi:10.59841/tadhkirah.v2i2.210.

³⁰ Universitas Sangga, Buana Ypkp, and Dety Mulyanti, "Etika Pedagang Menurut Al-Qur'an Dan Sunnah: Studi Literature Didik Udayana," *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2023.

³¹ "ASEAN Cosmetic Halal Certification Regulation _ ChemLinked."

³² "ASEAN Cosmetic Halal Certification Regulation _ ChemLinked"; Asep Koswara and Lina Herlina, "Global Trends in the Halal Beauty and Skincare Industry: A Search Engine-Based Market Analysis," *International Journal of Halal Industry* 2025, no. 1 (2025): MMXXV, 84–99, doi:10.20885/IJHI.v.

³³ Afandi and Penelitian, "Tinjauan Ayat Al-Qur'an Dan Hadis Ekonomi Tentang Etika Produksi Dalam Islam Review of Quranic Verses and Economic Hadith on Production Ethics in Islam."

edukasi sunnah, serta distribusi dengan *traceability* dan teknologi 4.0 (blockchain, AI).³⁴

c. Output (Nilai Tambah dan Implikasi):

Spiritual: skincare sebagai bagian dari sunnah dan ibadah.³⁵

Etika: bisnis yang jujur, amanah, dan ramah konsumen.³⁶

Ekonomi: peningkatan daya saing industri halal global.³⁷

Keberlanjutan: kontribusi terhadap SDGs (khususnya SDG 3, 8, 12)³⁸

Model ini menegaskan bahwa hadis dapat dijadikan fondasi normatif sekaligus prinsip operasional dalam bisnis skincare halal. Integrasi ini menghasilkan kerangka bisnis yang bukan hanya berorientasi pada profit, tetapi juga *value-driven*, yakni berlandaskan agama, etika, dan keberlanjutan.³⁹

5. Research Gap yang Terisi

Literatur terdahulu cenderung terfragmentasi: kajian halal skincare berfokus pada pasar dan sertifikasi, sementara studi *Living Hadis* menekankan dimensi religio-sosiologis. Model konseptual ini hadir sebagai jembatan yang menghubungkan keduanya, dengan cara menerjemahkan nilai hadis ke dalam strategi bisnis praktis. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual baru dalam pengembangan industri halal yang beretika, berdaya saing, dan berkelanjutan.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Fokus penelitian diarahkan pada analisis tematik terhadap hadis-hadis yang berkaitan dengan menjaga kesehatan diri dan lingkungan dengan merujuk pada literatur ilmiah yang telah terbit. Sumber utama penelitian berasal dari artikel-artikel jurnal terakreditasi yang membahas tafsir hadis, kesehatan, serta etika lingkungan dalam perspektif Islam. Selain itu, kitab-kitab hadis shahih seperti *Sahih*

³⁴ Harsanto et al., "Digital Technology 4.0 on Halal Supply Chain: A Systematic Review."

³⁵ Mardhotillah et al., "PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE."

³⁶ Hadis et al., "PERAN HADIS DALAM PEMBENTUKAN ETIKA BISNIS KOSMETIK MUSLIM Nasrah Ainun Nur Hasanah."

³⁷ Khoiriyah et al., "Trends and Challenges Industry Halal Cosmetics: Opportunities Growth in Indonesia and Global Markets."

³⁸ Maria Christina et al., "ANALYZING CONSUMER BEHAVIOR AND MARKETING STRATEGIES FOR GREEN SKINCARE BRANDS IN INDONESIA ARTICLE INFO ABSTRACT Correspondent," *Journal of Social and Economics Research* 6, no. 1 (2024), <https://idm.or.id/JSER/index>.

³⁹ Kholid Albar Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik Jawa Timur, Tasbih Tasbih, and Abustani Ilyas, "Kewirausahaan Dan Bisnis Syariah : Kajian Hadis Tematik Ekonomi Di Era Digital" 7, no. 3 (2024): VII, 2599–2473, doi:10.31538/almada.v7i3.5421.

Bukhari, Sahih Muslim digunakan sebagai referensi sekunder untuk memperkuat landasan teks keagamaan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri artikel jurnal melalui database terakreditasi menggunakan kata kunci seperti *hadis, kesehatan, kebersihan, lingkungan, maqāṣid al-sharī'ah*, dan *Islamic environmental ethics*. Seleksi artikel dilakukan berdasarkan kriteria keterkaitan tema, reputasi jurnal, serta rentang waktu publikasi dalam sepuluh tahun terakhir. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik *content analysis* dengan tahapan identifikasi hadis, kategorisasi tema, sintesis gagasan, dan interpretasi makna sesuai dengan konteks kontemporer.

Untuk menjaga validitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan interpretasi hadis dalam jurnal nasional dan internasional dengan syarah ulama klasik. Kritik literatur juga diterapkan guna memastikan hanya artikel dengan kualitas terakreditasi yang digunakan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan sintesis komprehensif mengenai relevansi hadis dalam menjaga kesehatan diri dan lingkungan serta kontribusinya terhadap pengembangan etika Islam kontemporer.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Relevansi Hadis tentang Kebersihan dalam Konteks Skincare Halal

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa hadis tentang kebersihan, seperti sabda Nabi tentang (*kebersihan adalah sebagian dari iman*, HR. Muslim no. 223), memiliki relevansi kuat dengan kebutuhan modern dalam industri skincare halal.⁴⁰ Kebersihan dalam hadis tidak hanya bermakna fisik, tetapi juga spiritual, sehingga dapat ditarik dalam konteks menjaga kesehatan kulit dan lingkungan produksi.⁴¹ Interpretasi Living Hadis memandang pesan ini sebagai dasar normatif dalam membangun kesadaran konsumen bahwa perawatan diri,⁴² termasuk penggunaan skincare, dapat menjadi bagian dari ibadah.⁴³ Dengan demikian, skincare halal bukan

⁴⁰ Herianti, "PANDUAN MAQASID SYARIAH UNTUK KONSUMEN SKINCARE: INTEGRASI HALAL, KESEHATAN, DAN KEBERLANJUTAN," *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, July 1, 2024.

⁴¹ Regulasi Jaminan et al., "KEPATUHAN PRODUSEN SKINCARE TERSERTIFIKASI HALAL TERHADAP," n.d.

⁴² Wahyudin Darmalaksana et al., "Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir Kosmetik Halal Sebagai Lifestyle Untuk Kesehatan: Studi Takhrij Dan Syarah Hadis," n.d., doi:10.30868/at.v6i02.1634.

⁴³ Mila Kamila and Ulfah Zakiyah, "AL-ISNAD: Journal of Indonesian Hadist Studies Volume 5 Nomor 2 Desember 2024 (131-142) TRADISI PEMAKAIAN CELAK SEBAGAI PRAKTIK SUNNAH NABI (Studi Living Hadis Di Pondok Pesantren Sindang Layung Bandung)," n.d.

sekadar produk estetika, tetapi sarana menjaga amanah tubuh yang merupakan nikmat Allah.

2. Integrasi Etika Bisnis Islam dalam Industri Skincare

Temuan literatur menegaskan bahwa etika bisnis Islam yang menekankan prinsip *ṣidq* (kejujuran) dan *amānah* (dapat dipercaya) sangat relevan dengan praktik industri skincare halal.⁴⁴ Hadis riwayat al-Bukhari tentang pedagang jujur yang kelak bersama para nabi dan syuhada menjadi landasan moral dalam praktik bisnis.⁴⁵ Dalam konteks kontemporer, nilai ini terimplementasi melalui transparansi label⁴⁶, kejujuran dalam klaim manfaat, serta keterbukaan komposisi bahan. Penelitian-penelitian sebelumnya menekankan bahwa kepercayaan konsumen Muslim sangat bergantung pada keaslian klaim halal. Oleh karena itu, produsen skincare halal harus mengintegrasikan etika bisnis Islam sebagai diferensiasi kompetitif sekaligus memenuhi maqāṣid al-sharī'ah dalam melindungi jiwa (*ḥifẓ al-nafs*) dan menjaga agama (*ḥifẓ al-dīn*).⁴⁷

3. Teori Konsumen Halal dan Perilaku Pembelian

Kajian perilaku konsumen halal memperlihatkan bahwa religiositas, halal awareness, dan kepercayaan terhadap sertifikasi halal merupakan faktor penentu dalam keputusan membeli produk skincare.⁴⁸ Data riset pasar lima tahun terakhir menguatkan bahwa konsumen Muslim menuntut jaminan halal lebih ketat untuk produk perawatan kulit dibanding produk lain, karena bersentuhan langsung dengan tubuh.⁴⁹ Hal ini menunjukkan keterkaitan erat antara dimensi spiritual dan pilihan konsumsi sehari-hari. Living Hadis dalam kerangka ini menghadirkan nilai tambah: hadis tidak hanya

⁴⁴ Peran Hadis et al., "PERAN HADIS DALAM PEMBENTUKAN ETIKA BISNIS KOSMETIK MUSLIM Nasrah Ainun Nur Hasanah," Jurnal Ilmu Hadits, 2024.

⁴⁵ Universitas Sangga, Buana Ypkp, and Dety Mulyanti, "Etika Pedagang Menurut Al-Qur'an Dan Sunnah: Studi Literature Didik Udayana," Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS), 2023.

⁴⁶ Nihro Afandi and Artikel Penelitian, "Tinjauan Ayat Al-Qur'an Dan Hadis Ekonomi Tentang Etika Produksi Dalam Islam Review of Quranic Verses and Economic Hadith on Production Ethics in Islam," Jurnal Kolaboratif Sains 7, no. 12 (2024): VII, 4650–55, doi:10.56338/jks.v7i12.6601.

⁴⁷ Hadis et al., "PERAN HADIS DALAM PEMBENTUKAN ETIKA BISNIS KOSMETIK MUSLIM Nasrah Ainun Nur Hasanah."

⁴⁸ Jurnal Ekonomika et al., "PENGARUH LABEL HALAL, E-WoM, FoMO DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE HALAL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KABUPATEN TUBAN)," Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, n.d., <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>.

⁴⁹ Putri and Sjabadhyni, "The Impact of Halal Certification and Halal Awareness on Consumer Intentions to Purchase Skincare Products Online."

menjadi pedoman etis, tetapi juga penggerak identitas religius yang memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek skincare halal.⁵⁰

4. Model Integrasi Living Hadis dalam Praktik Skincare Halal

Analisis tematik literatur menghasilkan sebuah model konseptual integratif yang menempatkan hadis sebagai input normatif. Pesan tentang kebersihan, kesehatan, dan kejujuran diterjemahkan dalam praktik bisnis melalui transparansi bahan, sertifikasi halal, inovasi ramah lingkungan, serta pemasaran berbasis edukasi sunnah.⁵¹ Proses ini menghasilkan output yang mencakup nilai spiritual (perawatan diri sebagai ibadah), nilai etis (bisnis jujur dan amanah), nilai ekonomi (daya saing global), serta keberlanjutan (kontribusi pada SDGs). Dengan kerangka ini, skincare halal tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada nilai (*value-driven business*).⁵²

5. Kontribusi terhadap Pengembangan Kajian Halal dan Living Hadis

Pembahasan ini menunjukkan bahwa penelitian mampu mengisi celah (research gap) dalam literatur terdahulu. Studi halal skincare umumnya terfokus pada sertifikasi dan tren pasar, sedangkan kajian Living Hadis lebih dominan membahas dimensi teologis dan sosiologis. Melalui model integrasi, penelitian ini mempertemukan keduanya dan menghasilkan kontribusi baru berupa kerangka konseptual yang dapat digunakan oleh akademisi, regulator, maupun praktisi bisnis halal. Integrasi hadis sebagai fondasi etis sekaligus operasional menjadikan industri skincare halal lebih berdaya saing sekaligus berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.⁵³

E. Penutup

Integrasi prinsip Living Hadis dalam bisnis skincare halal memiliki potensi signifikan sebagai fondasi etika, spiritual, dan keberlanjutan. Hadis-hadis yang menekankan kebersihan, perawatan diri, serta kepedulian terhadap lingkungan dapat dijadikan pedoman dalam pengembangan model bisnis skincare yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga memperkuat identitas Islami. Implementasi nilai-nilai ini mencakup penggunaan bahan halal, transparansi proses

⁵⁰ Christine Wan Shean Liew and Noorliza Karia, "Halal Cosmetics: A Technology-Empowered Systematic Literature Review," *Journal of Islamic Marketing* (Emerald Publishing, June 4, 2024), doi:10.1108/JIMA-09-2023-0295.

⁵¹ Jl Raya Telang Po Box, Kamal Bangkalan, and Lailatul Qadariyah, "PROCEEDINGS 6th ACIEL 2023 Turats Behavior: Demonstrating Halal Lifestyle in Pesantren through Halal Cosmetics," 2023, www.aciel.trunojoyo.ac.id.

⁵² "ASEAN Cosmetic Halal Certification Regulation _ ChemLinked," n.d.

⁵³ Paradigma Pembangunan et al., "Paradigma Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Prinsip Halal Dan Tayyib," *International Journal Mathla'ul Anwar Of Halal ISSUES* 5 (97AD).

produksi, dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian, kerangka konseptual yang memadukan nilai sunnah dan strategi bisnis modern tidak hanya menawarkan daya saing dalam industri skincare halal, tetapi juga memperkuat praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Selanjutnya, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi aplikasi praktis Living Hadis dalam inovasi produk, manajemen kualitas, dan strategi pemasaran halal untuk mendukung pertumbuhan industri yang berorientasi nilai Islami.

REFERENSI

- Afandi, Nihro, and Artikel Penelitian. "Tinjauan Ayat Al-Qur'an Dan Hadis Ekonomi Tentang Etika Produksi Dalam Islam Review of Quranic Verses and Economic Hadith on Production Ethics in Islam." *Jurnal Kolaboratif Sains* 7, no. 12 (2024): 4650–55. doi:10.56338/jks.v7i12.6601.
- Albar Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik Jawa Timur, Kholid, Tasbih Tasbih, and Abustani Ilyas. "Kewirausahaan Dan Bisnis Syariah : Kajian Hadis Tematik Ekonomi Di Era Digital" 7, no. 3 (2024): 2599–2473. doi:10.31538/almada.v7i3.5421.
- Alifah, Nurul, and Lukmanul Hakim. "Pentingnya Living Hadis Dalam Kajian Hadis," n.d. <https://jpion.org/index.php/jpi1128Situswebjurnal>:<https://jipipi.org/index.php/jipipi>.
- "ASEAN Cosmetic Halal Certification Regulation _ ChemLinked," n.d.
- Christina, Maria, Aurelia Lalita, Kirana Jayananda, Raymond Raymond Siregar, and Fatik Rahayu. "ANALYZING CONSUMER BEHAVIOR AND MARKETING STRATEGIES FOR GREEN SKINCARE BRANDS IN INDONESIA ARTICLE INFO ABSTRACT Correspondent." *Journal of Social and Economics Research* 6, no. 1 (2024). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Darmalaksana, Wahyudin, Busro Uin, Sunan Gunung, and Djati Bandung. "Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir Kosmetik Halal Sebagai Lifestyle Untuk Kesehatan: Studi Takhrij Dan Syarah Hadis," n.d. doi:10.30868/at.v6i02.1634.
- Ekonomika, Jurnal, Bisnis Islam, Erika Dewi, Ari Mita, and Ach Yasin. "PENGARUH LABEL HALAL, E-WoM, FoMO DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE HALAL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KABUPATEN TUBAN)." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, n.d. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>.
- Fatiha Sani, Amalia, Anggun Fasya Anggraeni, Adinda Adliswari Khofiya, Nurma Laelia, and Universitas Tidar. "Integrasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Strategi Dan Etika Pemasaran Pada Produk Bersertifikasi Halal," 2025, 258–68. doi:10.59841/tadchkirah.v2i2.210.
- Hadis, Peran, Pembentukan Etika, Bisnis Nasrah, ; Ainun, Nur Hasanah, Program Studi, Ilmu Hadits, Sekolah Tinggi, Dirasat Islamiyah, and Imam Syafi'i Jember. "PERAN HADIS DALAM PEMBENTUKAN ETIKA BISNIS KOSMETIK MUSLIM Nasrah Ainun Nur Hasanah." *Jurnal Ilmu Hadits*, 2024.

- Harsanto, Budi, Joval Ifghaniyafi Farras, Egi Arvian Firmansyah, Mahir Pradana, and Ardi Apriliadi. "Digital Technology 4.0 on Halal Supply Chain: A Systematic Review." *Logistics*. Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), March 1, 2024. doi:10.3390/logistics8010021.
- Herianti. "PANDUAN MAQASID SYARIAH UNTUK KONSUMEN SKINCARE: INTEGRASI HALAL, KESEHATAN, DAN KEBERLANJUTAN." *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, July 1, 2024.
- Iffah, Fadhilah. "LIVING HADIS DALAM KONSEP PEMAHAMAN HADIS." *Thullab: Jurnal Riset Publikasi Mahasiswa*, 2021.
- Jaminan, Regulasi, Produk Halal, Dan Persyaratan, and Teknis Bahan. "KEPATUHAN PRODUSEN SKINCARE TERSERTIFIKASI HALAL TERHADAP," n.d.
- Kamila, Mila, and Ulfah Zakiyah. "AL-ISNAD: Journal of Indonesian Hadist Studies Volume 5 Nomor 2 Desember 2024 (131-142) TRADISI PEMAKAIAN CELAK SEBAGAI PRAKTIK SUNNAH NABI (Studi Living Hadis Di Pondok Pesantren Sindang Layung Bandung)," n.d.
- Khoiriyah, Eva Zunia, Azizah Wulan Dari, Lutfiyah Rahma Novelika, and A ' Rasy Fahrullah. "Trends and Challenges Industry Halal Cosmetics: Opportunities Growth in Indonesia and Global Markets" 2, no. 2 (2024): 1–11.
- Koswara, Asep, and Lina Herlina. "Global Trends in the Halal Beauty and Skincare Industry: A Search Engine-Based Market Analysis." *International Journal of Halal Industry* 2025, no. 1 (2025): 84–99. doi:10.20885/IJHI.v.
- Liew, Christine Wan Shean, and Noorliza Karia. "Halal Cosmetics: A Technology-Empowered Systematic Literature Review." *Journal of Islamic Marketing*. Emerald Publishing, June 4, 2024. doi:10.1108/JIMA-09-2023-0295.
- Mardhotillah, Rachma Rizqina, Endah Budi, Permana Putri, Reizano Amri Rasyid, and Laila Alfi Sahrin. "PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE," n.d.
- Marizsa Herlina. "Halal Awareness of Muslim Millennials Toward Cosmetics and Skincare Decision." In *Halal Awareness of Muslim Millennials Toward Cosmetics and Skincare Decision*, 2020.
- Masood, Adlin, Sri Rahayu Hijrah Hati, and Alina Abdul Rahim. "HALAL COSMETICS INDUSTRY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW." *International Journal of Business and Society*. Universiti Malaysia Sarawak, April 11, 2023. doi:10.33736/ijbs.5609.2023.
- Naseri, Roszi Naszariah Nasni, and Raja Nazim Raja Abdullah. "Trends and Growth of Halal Cosmetic Industry in Malaysia." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 12, no. 2 (February 19, 2022). doi:10.6007/ijarbss/v12-i2/12892.
- Nawiyah, Nawiyah, Refanov Constantin Kaemong, Muhammad Arifin Ilham, and Faraby Muhammad. "PENYEBAB PENGARUHNYA PERTUMBUHAN PASAR INDONESIA TERHADAP PRODUK SKINCARE LOKAL PADA TAHUN 2022." *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1, no. 12 (December 19, 2023): 1390–96. doi:10.55681/armada.v1i12.1060.
- Nusran, Muhammad, Puadi Haming, Etik Prihatin, Sitti Musdalifah Hasrin, and Nurlaila Abdullah. "EDUKASI GAYA HIDUP HALAL DI KALANGAN KOMUNITAS GENERASI MILENIAL."

International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues 1, no. 2 (September 10, 2021): 1–10. doi:10.30653/ijma.202112.20.

Pembangunan, Paradigma, Ekonomi Berkelanjutan, Berbasis Prinsip Halal, Dan Tayyib, and Oke Setiadi. "PARADIGMA PEMBANGUNAN EKONOMI BERKELANJUTAN BERBASIS PRINSIP HALAL DAN TAYYIB." *INTERNATIONAL JOURNAL MATHLA'UL ANWAR OF HALAL ISSUES* 5 (97AD).

Pengkajian Pangan, Lembaga, and Obat-obatan Dan Kosmetika. "HALAL ASSURANCE SYSTEM LPPOM MUI MAJELIS ULAMA INDONESIA (LPPOM MUI) THE ASSESSMENT INSTITUTE FOR FOODS, DRUGS AND COSMETICS INDONESIAN COUNCIL OF ULAMA (LPPOM MUI) 2008," n.d.

Putri, Yulianty Chi, and Bertina Sjabadhyni. "The Impact of Halal Certification and Halal Awareness on Consumer Intentions to Purchase Skincare Products Online." *Islamic perspective on Communication and Psychology* 2, no. 1 (February 28, 2025): 1–15. doi:10.61511/ipercop.v2i1.2025.1375.

Qudsy, Saifuddin Zuhri, Irwan Abdullah, Hasse Jubba, Zaenuddin Hudi Prasoj, and Egi Tanadi Taufik. "The Making of Living Ḥadīth: A New Direction of Ḥadīth Studies in Indonesia." *Culture and Religion* 23, no. 4 (2023): 353–72. doi:10.1080/14755610.2024.2336461.

Raya Telang Po Box, Jl, Kamal Bangkalan, and Lailatul Qadariyah. "PROCEEDINGS 6th ACIEL 2023 Turats Behavior: Demonstrating Halal Lifestyle in Pesantren through Halal Cosmetics," 2023. www.aciel.trunojoyo.ac.id.

Sangga, Universitas, Buana Ypkp, and Dety Mulyanti. "Etika Pedagang Menurut Al-Qur'an Dan Sunnah: Studi Literature Didik Udayana." *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2023.

"Skincare Market Size, Share, Trends _ Growth Analysis [2032]," n.d.

Suzana Shamsu, Lilly, Norsaleha Mohd Salleh, and Lilly Suzana binti Haji Shamsu. "Menelaah Konsep Living Hadis Dan Kaitannya Dengan Iḥyā' al-Sunnah: Satu Tinjauan Literatur [Revising the Concept of Living Hadis and Its Relationship to Iḥyā' al-Sunnah: A Literature Overview]," 2021. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/Living/index>.

Syahru, Navi ', Ridha Inaya, Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa, and Dan Seni. "REPRESENTASI KONSEP HALAL PADA IKLAN KOSMETIK WARDAH Syamsul Sodiq," n.d.