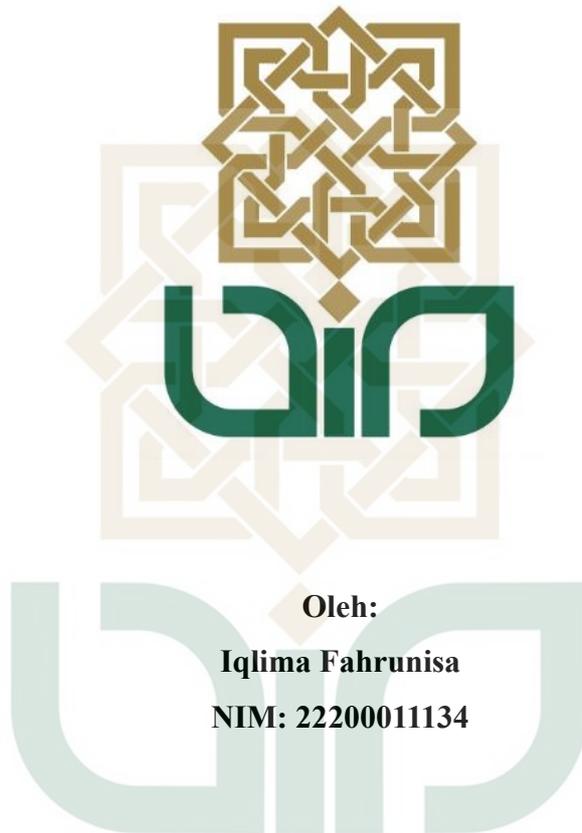


**TREN KUTEKS HALAL: SUBJEKTIVITAS DAN AGENSI PEREMPUAN
MUSLIM DI YOGYAKARTA**



Oleh:

Iqlima Fahrunita

NIM: 22200011134

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar *Master of Arts*

(M.A.)

Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*

Konsentrasi Kajian Industri dan Bisnis Halal

YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqlima Fahrúnisa, S. Sos
NIM : 22200011134
Jenjang : Magister
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Industri dan Bisnis Halal

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 29 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Iqlima Fahrúnisa, S. Sos

NIM: 22200011134

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqlima Fahrúnisa, S. Sos
NIM : 22200011134
Jenjang : Magister
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Industri dan Bisnis Halal

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 29 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Iqlima Fahrúnisa, S. Sos
NIM: 22200011135

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-770/Un.02/DPPs/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : Tren Kuteks Halal: Subjektivitas dan Agensi Perempuan Muslim di Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IQLIMA FAHRUNISA, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 22200011134
Telah diujikan pada : Selasa, 13 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66c4023734282



Penguji II

Najib Kailani, Ph.D.
SIGNED

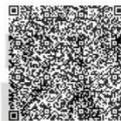
Valid ID: 66b807e8863b4



Penguji III

Dr. Witriani, S.S. M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 66c416bc20cf



Yogyakarta, 13 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 66c41e724754

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **TREN KUTEKS HALAL: SUBJEKTIVITAS DAN AGENSI PEREMPUAN MUSLIM DI YOGYAKARTA**

Yang ditulis oleh:

Nama : Iqlima Fahrulnisa, S. Sos
NIM : 22200011134
Jenjang : Magister
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Industri dan Bisnis Halal

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar *Master of Arts (M.A.)*.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 29 Juli 2024

Pembimbing:


Najib Kailani, S. Fil./I., M. A., Ph. D.
NIP. 19780924 202321 1 009

ABSTRAK

Nama : Iqlima Fahrunita

NIM : 22200011134

Judul : Tren Kuteks Halal: Subjektivitas dan Agensi Perempuan Muslim di Yogyakarta

Tesis ini mengkaji fenomena perempuan Muslim di Yogyakarta yang berupaya menjadi salehah sekaligus cantik dan modern. Meningkatnya kesadaran dan permintaan konsumen terhadap produk yang sesuai syariah berdampak pada praktek gaya hidup halal oleh sebagian umat muslim, termasuk para pengguna kuteks. Meskipun demikian, penggunaan kuteks masih menjadi perdebatan dalam sah dan tidaknya melaksanakan ibadah dan wudu, tetapi dalam realitanya terdapat komunitas muslim menggunakan kuteks dengan alasan agar terlihat modern dan juga patuh terhadap nilai-nilai agama dan etika. Penelitian ini mencoba menghubungkan antara budaya, agama dan praktik konsumsi perempuan Muslim terhadap kuteks halal. Penelitian ini adalah studi kualitatif dengan menerapkan metode studi lapangan yang dilakukan dalam rentang waktu Maret-Juli 2023. Serangkaian wawancara mendalam saya lakukan kepada subjek penyedia jasa atau nailist berjumlah 3 orang dan konsumen sebanyak 7 orang, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan kerangka teori "Leisurely Islam" yang dikembangkan oleh Mona Harb dan Lara Deeb dengan merumuskan teori subjektivitas dan agensi.

Tesis ini menunjukkan bahwa penggunaan kuteks oleh perempuan muslim di Yogyakarta merupakan kebiasaan yang dibentuk oleh lingkungan dengan motivasi agar terlihat lebih cantik. Tuntutan untuk tampil cantik menjadi alasan kuat untuk mereka dalam keseharian menggunakan riasan kutek atau nail art pada jari. Sejalan dengan itu, keinginan mereka didukung oleh beberapa penyedia kuteks (*nailist*) untuk merealisasikan ekspresi kecantikan oleh perempuan muslim di Yogyakarta. Pertemuan dua kepentingan ini akhirnya menjadikan kuteks menjadi lebih bervariasi dalam penyediaannya dan lebih dikenal luas di kalangan perempuan muslim Yogyakarta. Namun, penggunaan kuteks mendapat berbagai respons dan perdebatan mengenai statusnya dalam Islam itu sendiri. Pada akhirnya untuk memenuhi kebutuhan penampilan ini, perempuan Muslim di Yogyakarta menegosiasikan antara nilai agama dengan tetap tampil menarik dan cantik mengikuti gaya hidup modern melalui kuteks yang telah tersertifikasi halal dan dianggap tidak menghalangi seseorang dalam melaksanakan ibadah, terutama kaitannya dengan salat. Meskipun demikian, terdapat perbedaan pada perempuan Muslim yang tidak terlalu terhubung dengan nilai keagamaan akan lebih mengedepankan aspek selain religious, seperti aspek estetika. Dengan begitu, praktik keagamaan dan modernitas akan mempengaruhi performativitas seseorang dalam menegosiasikan hal tersebut.

Kata Kunci: Kuteks, Subjektivitas, Agensi, Muslimah, Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah. Puji dan syukur saya panjatkan pada Allah SWT atas nikmat akal sehat dan kesempatan untuk belajar serta nikmat lain yang tak terhitung jumlahnya sehingga saya mampu menyelesaikan tesis dengan judul TREN KUTEKS HALAL: SUBJEKTIVITAS DAN AGENSI PEREMPUAN MUSLIM DI YOGYAKARTA. Shalawat dan salam tak lupa selalu tucurahkan pada baginda Rasulullah SAW dan keluarga serta para sahabat. Sekali lagi, tesis ini dapat terselesaikan hanya atas kehendak Allah yang selalu memberi keberuntungan pada saya di setiap fase kehidupan yang saya lalui. Perjalanan menuju pencapaian dan impian saya atas gelar S2 akhirnya terealisasi melalui Program Beasiswa Santri Berprestasi (PBSB) yang tak pernah terbayangkan sebelumnya. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam proses saya sebagai mahasiswa strata dua khususnya ketika menyelesaikan tesis ini.

Pertama, ucapan terima kasih saya haturkan kepada Bapak Najib Kailani, M.A., Ph.D selaku dosen pembimbing tesis sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah banyak melangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan tesis saya sejak pertama bimbingan. Beliau dengan sabar dan solutif memberi komentar, masukan serta saran atas penelitian ini. Dari beliau pula, saya mendapat banyak pengetahuan baru dalam penelitian, referensi-referensi baru yang bereputasi, serta cara pandang global atas suatu tema atau fenomena yang didiskusikan. Kedua, saya

ucapkan terima kasih kepada Dr. Nina Mariani Noor, SS., M.A., selaku Kaprodi IIS sekaligus pengelola PBSB yang selalu suportif mendorong serta memotivasi kami untuk selalu semangat dan pantang menyerah dalam menjalankan program beasiswa bergengsi yang diamanahkan pada kami. Ketiga, saya ucapkan terima kasih kepada Prof. Noorhaidi, S. Ag., M. A., M. Phil., Ph. D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga, serta Prof. Dr. H. Abdullah Mustaqim, S.Ag. M.Ag., selaku Ditektur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.

Selanjutnya, saya ucapkan terima kasih kepada para dosen-dosen hebat yang mengampu kuliah di kelas Kajian Industri dan Bisnis Halal sejak awal hingga akhir, di antaranya: Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., Prof. Dr. Moch. Nor Ichwan., Dr. Nina Mariana Noor, SS., M.A., Najib Kailani, S.Fill., M.A., Ph.D., Dr. Ita Rodiah, M.Hum., Dr. Imelda Fajriati, M.Si., (Alm) Dr. Eng. Ir. Cahyono Sigit Pramudyo, S.T., M.T., IPM., ASEAN Eng., Prof. Ir. Dwi Agustina Kurniawati, S.T., M.Eng., Ph.D., IPM, ASEAN Eng, Dr. KH Sofiyullah Muzammil, M.Ag., Dr. Muhammad Yunus, Lc., S.Ag., M.A., Dr. H. Muhammad Anis, M.A., Dr. Amanah Nurish, M.A. Dr. Prasajo, SE., M.Si., Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc. Fin, yang telah memberikan berbagai wawasan dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses perkuliahan di kelas.

Tak lupa terimakasih saya ucapkan kepada Kementerian Agama Republik Indonesia yang telah memberi kesempatan berupa beasiswa penuh melalui Program Beasiswa Santri Berprestasi, melalui program tersebut saya dapat menempuh pendidikan S2 di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga. Kepada Jezna Nail Art Magelang, Glamshine Beauty Studio Yogyakarta, dan La Belle Beaury Bar

Yogyakarta, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian. Kepada Ibu Prof. Dr. Nurun Najwah, M.A, serta seluruh keluarga besar An-Najwah, saya belajar banyak karena kehidupan selain di kampus saya habiskan di sana.

Ucapan terima kasih terdalam untuk teman-teman Kajian Industri dan Bisnis Halal, 'Asyarotun Kamilah, dan Fourtuner, di antaranya: Dwi Syafarina, Abdullah, Auliya Lathifah, Imam Syafi'i, Aisyah Putri Berliana, Basmah Nafisah, Junaidi, Maskanah, Maya Kholida, Millatul Miskiyyah, Muhammad Nurullah, Siti Nur Jam Jam, Siti Mariyam, dan Yusuf Setiawan, terima kasih telah selalu ada menemani saya selama masa kuliah, mengerti keadaan saya dan selalu mendukung serta memberi saran juga masukan untuk saya. Teman-teman Moragister yang membantu saya berproses dalam dunia organisasi

Terakhir saya sangat berterimakasih kepada Bapak dan Ibuk yang setiap detik selalu mendukung dan mendokan kebaikan saya. Mbak tercantik yang sedang menikmati masa baru menjadi seorang Ibu, Mas tersayang yang sedang berjuang di tanah baru Wonigiri, dan Adek bontot yang masih explore masa keremajaannya. Mereka semua yang menjadi motivasi saya selama proses penyusunan tesis ini.

Tesis ini bukanlah suatu bukti bahwa saya telah selesai dari suatu tanggung jawab. Namun, sebaliknya tesis ini menjadi simbol atas pribadi saya yang selalu haus ilmu dan akan terus belajar lebih banyak lagi setelah ini. Pada kesempatan ini juga saya ingin menyampaikan bahwa saya menyadari karya ini masih jauh dari kata sempurna. Adanya kesalahpahaman dan kerancuan terhadap kerangka berfikir bukan berasal dari seluruh pihak yang memberikan sumbangsih pemikiran,

kekurangan apapun dari tesis ini muncul dari diri saya sendiri. Saya sangat senang terhadap kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi saya pribadi dan pembaca.

Yogyakarta, 29 Juli 2024

Iqlima Fahrulnisa

NIM: 22200011134



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya
Bapak Jarot Budiyo dan Ibu Mahmudatul Khasanah
Yang selalu mendukung putra-putrinya untuk berproses lebih maju

Terimakasih untuk doa dan semoga yang selalu mengiringi.



MOTTO

“A woman is a full circle. Within her is the power to create, nurture, and transform.”

(Diane Mariechild)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
MOTTO.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Signifikasi Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Kerangka Teoretis.....	13
F. Metode Penelitian.....	18
G. Sistematika Pembahasan.....	20
BAB II HENNA, NAIL ART, DAN PERDEBATAN PENGGUNAANNYA...23	23
A. Pendahuluan.....	23
B. Muslim Kelas Menengah dan Makna Kecantikan.....	24
C. Dari Henna Hingga Nail Art.....	32
D. Aturan Berhias Dalam Islam dan Pro-Kontra Penggunaan Kuteks Halal Untuk Ritual Ibadah.....	43
E. Kesimpulan.....	46
BAB III MENJADI NAILIST: PENYEDIA KUTEKS HALAL DAN NON- HALAL.....	49
A. Pendahuluan.....	49

B. Jezna Nail Art: Halal Nail Bar di Magelang.....	50
C. Glamshine Beauty Studio: Solusi Nail Art dengan Dua Versi.....	61
D. La Belle Beauty Bar: Yakin Kuteks Halal Tuh Beneran Halal?.....	66
E. Kesimpulan.....	70
BAB IV CANTIK, SALEH, DAN NEGOSIASI KUTEKS HALAL.....	72
A. Pendahuluan.....	72
B. Menjadi Muslim dan Modern.....	73
C. Negosiasi Antara Kuteks Halal dan Non-Halal.....	80
D. Kesimpulan.....	88
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kuteks Halal yang digunakan Jezna Nail Art dan Sertifikat Halalnya.

Gambar 2. Hasil Produksi Halal Nail Art oleh Jezna Nail Art.

Gambar 3. Bilah Kikir dan *Buffer* Kuku Konsumen-Konsumen Jezna Nail Art.

Gambar 4. Daftar Harga Perawatan Kuku di Jezna Nail Art.

Gambar 5. Perbedaan Harga Halal Nail Art dan Gel Nail Art serta Hasil Nail Art di Glamshine Beauty Studio.

Gambar 6. Daftar Harga Perawatan Kuku di La Belle Beauty Bar.

Gambar 7. Hasil Nail Art di La Belle Beauty Bar.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kosmetik halal telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, sejalan dengan meningkatnya kesadaran dan permintaan konsumen Muslim akan produk-produk yang sesuai dengan prinsip syariah.¹ Salah satu produk yang mendapatkan perhatian khusus adalah kuteks atau nail art. Penggunaan kuteks oleh perempuan Muslim sering kali menjadi perdebatan, terutama terkait dengan pelaksanaan ibadah salat, di mana salah satu syarat sahnya wudu adalah air harus menyentuh seluruh permukaan kulit, termasuk kuku. Kuteks konvensional yang tidak bisa ditembus air dianggap dapat menghalangi sahnya wudu dan salat.

Diskusi mengenai penggunaan kuteks dalam konteks ibadah muncul dalam berbagai platform, termasuk media sosial. Salah satu contoh yang menonjol adalah cuitan dari seorang netizen di aplikasi X (dahulu Twitter), yang mempertanyakan penggunaan nail art oleh perempuan dalam konteks ibadah salat “*Sempet mikir, ni cewe kukunya pake nail art terus deh perasaan. Apa dia ga salat? Salat. pake nail art mana boleh? Sia-sia dong salatnya?*” Tulis pengunggah. “*Orang yang udah bener-bener ngerjain salat aja belum tentu di terima, gimana orang yang jelas udah salah tapi masi bilang: diterima*”

¹ IHATEC, “Perkembangan Kosmetik Halal di Indonesia | IHATEC,” *Indonesia Halal Training Center* (blog), February 11, 2022, <https://ihatec.com/perkembangan-kosmetik-halal-di-indonesia/>.

engganya itu urusan Tuhan”. Imbuhnya. Dalam kurun waktu dua hari, cuitan tersebut sudah dilihat sebanyak 1,8 juta kali dan mendapat lebih dari 1000 komentar dari warganet, dengan ragam respon yang menyetujui dan menolak aplikasi nail art untuk aktivitas ibadah.²

Perdebatan ini mencerminkan betapa kontroversialnya topik penggunaan kuteks dalam komunitas Muslim. Di satu sisi, ada kelompok yang berpendapat bahwa kuteks konvensional tidak sesuai dengan aturan syariah karena menghalangi air saat berwudu. Di sisi lain, ada kelompok yang berargumen bahwa selama kuteks tersebut halal dan bisa ditembus air, maka penggunaannya sah-sah saja. Kontroversi ini menjadi latar belakang penting dalam memahami bagaimana produk kosmetik, khususnya kuteks halal, berkembang dan diterima di kalangan Muslim.

Tesis ini mengkaji tentang upaya negoisasi dalam menjadi muslim sekaligus modern melalui studi kasus penggunaan kuteks halal sebagai salah satu kosmetik dan tren kecantikan modern. Tren ini pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan soal kecantikan, tetapi juga tentang kepatuhan pada nilai-nilai agama dan etika, serta mencerminkan pergeseran menuju gaya hidup yang lebih holistik dan sadar akan kesehatan. Negoisasi mengenai moralitas ini sangat penting dalam mempengaruhi cara pandang seseorang terutama dalam hal berpenampilan. Kunci utamanya adalah bahwa moralitas dan modernitas saling bergantung secara dialektis dan saling membentuk; keduanya tidak dapat

² Kompas Cyber Media, “Bagaimana Hukum Menggunakan Nail Arts atau Kuteks Saat Shalat? Halaman all,” KOMPAS.com, April 10, 2023, <https://www.kompas.com/tren/read/2023/04/10/100000365/bagaimana-hukum-menggunakan-nail-arts-atau-kuteks-saat-shalat->.

dipahami sepenuhnya secara terpisah. Saat orang-orang mencoba cara-cara baru dalam mempraktikkan dan mengalami kecantikan melalui penggunaan kuteks halal, pemahaman mereka tentang moralitas dan modernitas juga berubah.

Studi ini didasarkan pada argumen bahwa kesadaran akan pentingnya produk halal, pada akhirnya direspons oleh industri kosmetik dengan memperkenalkan kuteks halal yang diklaim bisa ditembus air, sehingga tidak menghalangi wudu. Merek-merek kuteks halal ini berusaha memenuhi kebutuhan estetika perempuan Muslim tanpa mengabaikan kewajiban ibadah mereka. Namun, penerimaan terhadap kuteks halal ini masih beragam, dengan beberapa pihak yang meragukan efektivitas dan kehalalannya dalam konteks ibadah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai penggunaan kuteks halal dalam komunitas Muslim, dengan fokus pada beberapa aspek utama. Di antaranya adalah hubungan antara perempuan muslim dengan kosmetik, perspektif hukum Islam, dan negosiasi perempuan muslim terhadap kuteks halal sebagai gaya hidup modern.

Pertama, penelitian ini akan menguraikan keterkaitan antara perempuan dengan kosmetik. Upaya menjaga penampilan, penggunaan kosmetik, dan perawatan kecantikan telah menjadi salah satu ekspresi publik yang paling mencolok, yang sangat penting bagi perempuan. Ini dikarenakan oleh beberapa faktor, seperti faktor sosial, psikologis, dan budaya. Berbagai cara akan dilakukan perempuan untuk memuaskan keinginannya dalam mempercantik diri sesuai dengan standar kecantikan yang diidamkan. Bagian

ini menjadi penting untuk mengetahui bagaimana jalinan antara penggunaan kosmetik oleh Muslimah dan keterkaitannya dengan nilai religiusitas.

Kedua, penelitian ini akan mengkaji perspektif hukum Islam tentang penggunaan kuteks dalam ibadah. Pandangan ulama dan ahli fiqih mengenai penggunaan kuteks atau nail art saat salat akan diteliti secara mendalam. Hal ini mencakup analisis terhadap pandangan fiqih terkait aturan berhias dalam Islam, pendapat yang digagaskan oleh ustaz dan habib sebagai perwakilan otoritas agama, serta pendapat dari auditor Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana ulama melihat kuteks halal dan apakah mereka menganggapnya sesuai dengan syariah. Beberapa argumen mungkin mendukung penggunaan kuteks halal, sementara yang lain mungkin tetap menolak karena alasan tertentu.

Ketiga, penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis mengenai negosiasi perempuan muslim terhadap kuteks sebagai gaya hidup modern. Peneliti akan mengumpulkan data dari perempuan Muslim mengenai pandangan mereka tentang penggunaan kuteks halal. Tanggapan dan pemilihan masyarakat terhadap pemakaian kuteks halal akan dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perempuan Muslim dalam memilih kuteks halal versus kuteks konvensional. Dalam hal ini, penting untuk memahami motivasi dan kekhawatiran mereka, serta sejauh mana mereka percaya pada klaim yang dibuat oleh produsen kuteks halal.

Melalui analisis yang mendalam dari aspek konteks hukum, subjektivitas, dan agensi perempuan muslim kaitanya dengan kutek halal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai penggunaan kuteks halal dalam komunitas Muslim. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam diskusi yang lebih luas mengenai produk-produk halal dan relevansinya dalam kehidupan sehari-hari umat Muslim.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini berupaya menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Mengapa sebagian perempuan Muslim di Yogyakarta menggunakan kuteks?
2. Bagaimana kuteks halal menjadi gaya hidup sebagian perempuan Muslim di Yogyakarta?

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan tren kuteks halal di kalangan perempuan Muslim. Munculnya praktek ini bermula dari keinginan masyarakat Muslimah untuk memiliki tampilan maksimal sekaligus menjadi Muslim yang taat. Fenomena ini mencerminkan dinamika baru dalam industri kosmetik, di mana kesadaran akan pentingnya produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama semakin meningkat. Motivasi kehadiran kuteks dengan

branding halal dan dapat digunakan untuk ritual ibadah umat Islam menarik untuk dikaji lebih jauh. Kuteks halal telah menjadi tren lebih dari sekadar produk kecantikan, melainkan telah menjadi simbol bagaimana nilai-nilai religius dan kebutuhan modern dapat berdampingan. Tren ini mencerminkan pencarian keseimbangan antara identitas religius dan ekspresi diri dalam masyarakat kontemporer. Melalui penelitian lebih lanjut, dapat memahami bagaimana tren ini berkembang dan berdampak terhadap masyarakat Muslim, baik dari segi religius maupun kehidupan modern.

Dalam bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap diskusi tentang kosmetik dan agama, terutama mengenai penggunaan kuteks halal oleh kelompok Muslimah. Pembahasan mengenai produk halal seringkali hanya melihat preferensi pemilihan produk atas kesadaran halal konsumen saja, dengan dasar keyakinan agama dan realitas permintaan pasar. Dengan menggabungkan analisis teologis dan sosial, penelitian ini berusaha memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang penggunaan kuteks halal. Ini juga diharapkan dapat menjadi landasan bagi studi lebih lanjut tentang hubungan antara agama, budaya, dan konsumsi, serta bagaimana fenomena ini mempengaruhi perilaku dan preferensi konsumen dalam komunitas Muslim.

D. Kajian Pustaka

Studi terdahulu yang berkaitan dengan hubungan antara Muslimah dan kosmetik memetakannya ke dalam dua kecenderungan. Kecenderungan

pertama, mengaitkannya dengan identitas religius dan budaya, sementara kecenderungan kedua, mengaitkannya dengan ekspresi diri dan kesejahteraan psikologis.

Penelitian pertama menyoroti keterkaitan Muslimah dengan kosmetik sebagai identitas religius dan budaya. Valerie Gonzalez mengeksplorasi konsep keindahan dipahami dalam konteks Islam dan hal ini mempengaruhi penggunaan kosmetik oleh Muslimah. Persepsi kecantikan dalam Islam sering kali terkait dengan nilai kesederhanaan, kebersihan, dan kepantasan, karena alasan kemurnian tubuh dan raga yang berkaitan erat dengan nilai religius dan ketuhanan. Meskipun terdapat batasan agama mengenai berpenampilan, terdapat ruang variasi yang membebaskan perempuan untuk memilih atau menafsirkan aturan agama, sebagai sarana mengekspresikan identitas dan meningkatkan rasa kepercayaan diri.³

Bagi perempuan Muslim, tampil dengan kosmetik yang sesuai dengan aturan hijab menjadi identitas diri mereka sebagai Muslimah yang patuh terhadap tuntutan religius. Sejalan dengan itu, Ashraf, William, dan Bray, menyoroti pengaruh identitas Muslim terhadap konsumsi fesyen dalam kaitannya dengan penampilan pada perempuan Muslim di UK. Mereka menemukan kesesuaian fesyen dengan aturan agama menjadi hal yang penting bagi perempuan Muslim UK, meskipun terdapat potensi konflik antara kebolehan dengan prinsip dan citra publik. Para Muslimah sadar bahwa

³ Valerie Gonzales, *Beauty and Islam: Aesthetics in Islam Art and Architecture* (New York: St Maritins Press, 2001), 9–21.

perilaku fesyen mereka memang harus konsisten dengan identitas keagamaan mereka.⁴

Di samping itu, Fatemeh Ebrahimi sebagaimana dikutip oleh Somantri dan Larasati, berpendapat bahwa budaya memainkan peran penting yang memberikan tekanan terhadap perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang diakui secara sosial. Norma sosial menganggap penampilan fisik sebagai cerminan status dan identitas seseorang, yang menyebabkan terciptanya ekspektasi mengenai kecantikan yang ideal.⁵ Hal ini memicu dilema yang dihadapi oleh perempuan dalam menyeimbangkan praktik kosmetik dengan pandangan budaya dan agama mereka. Keinginan untuk mengikuti standar kecantikan modern sering kali bertabrakan dengan nilai-nilai tradisional dan agama, sehingga menciptakan konflik internal dalam memenuhi ekspektasi kecantikan modern sekaligus mematuhi norma budaya dan agama.

Perbedaan nilai-nilai budaya dan latar belakang agama tersebut menjadi penyebab munculnya inovasi seperti kosmetik halal. Agama sebagai elemen budaya sangat mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Djamchid Assadi telah mengamati bagaimana korelasi antara agama monoteis Yudaisme, Kristen, dan Islam dengan perilaku konsumsi penganutnya. Dalam artikelnya, Assadi menuliskan temuannya yang menunjukkan terdapat

⁴ Samreen Ashraf, Asmah Mansur Williams, and Jeff Bray, "Female Muslim Identity and Modest Clothing Consumption in the UK," *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 9 (January 1, 2022): 2306–22, <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0167>.

⁵ Bambang Somantri and Ghina Cynthia Larasati, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 5, no. 8 (2020): 497, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i8.1544>.

hubungan yang pasti antara konsumen dan agama yang dianut, serta perilaku pilihan pembelian.⁶ Sementara itu, Oriah Akir melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen di Malaysia. Ia mendapati bahwa meskipun teori perilaku konsumen dapat diterapkan secara global, preferensi konsumen dan keputusan pembelian seringkali dipengaruhi oleh latar belakang norma dan budaya. Dalam kasus umat Islam, hal tersebut sangat dipengaruhi oleh prinsip syariah Islam tentang hal yang diperbolehkan (halal) dan hal yang dilarang (haram).⁷

Sebagaimana diulas oleh Ferry Fauzi Hermawan⁸ dan Yulianti Muthmainnah,⁹ keduanya sama-sama mengkaji peran kosmetik halal, dalam negosiasi dan konstruksi identitas perempuan Muslim. Mereka menyatakan konsumsi atas produk-produk halal merupakan sarana untuk mengekspresikan identitas keagamaan, seperti halnya pada penggunaan jilbab dan pakaian islami. Penggunaan kosmetik halal kini telah mengalami pergeseran yang signifikan. Berbeda dengan misi awal sebagai bentuk perawatan keindahan tubuh dan bentuk kesalehan, perempuan Muslim saat ini menjadikannya sebagai style dan fesyen, yang pada gilirannya berkorelasi pada menguatnya politik identitas di ruang publik.

⁶ Djamchid Assadi, "Do Religions Influence Customer Behavior? Confronting Religious Rules and Marketing Concepts," *Cahiers Du CEREN* 5 (January 1, 2003).

⁷ O. Akir, "Consumers; Shopping Behaviour Pattern on Selected Consumer Goods: Empirical Evidence on Malaysian Consumers," 2010, <https://www.semanticscholar.org/paper/Consumers%C2%BF-Shopping-Behaviour-Pattern-on-Selected-Akir/109606800c56b07831130f254712ca9d4d55c7d8>.

⁸ Ferry Fauzi Hermawan, "KOSMOPOLITANISME, NEGOSIASI, DAN RESISTENSI: IDENTITAS PEREMPUAN MUSLIM DALAM IKLAN KOSMETIK MUSLIM DI INDONESIA," *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 10, no. 2 (July 2, 2018): 185–203, <https://doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2734>.

⁹ Yulianti Muthmainnah, "Kapitalisasi Politik Identitas dalam Produk Halal; Industri Fashion dan Kosmetika," *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 14, no. 1 (June 17, 2021): 1–31, <https://doi.org/10.21043/palastren.v14i1.7031>.

Sementara itu, Yanwar Pribadi mengkaji jalinan kecantikan dengan kesalehan pada perempuan Muslim perkotaan. Pribadi berpendapat bahwa penggunaan produk kecantikan yang aman dan sesuai dengan nilai-nilai agama merupakan hal yang penting bagi para Muslimah. Mereka mencari produk kosmetik yang tidak hanya memberikan hasil yang baik secara estetik tetapi juga tidak menimbulkan keraguan terkait kebolehnya. Menurutnya, hal tersebut mempengaruhi cara pandang mereka terhadap diri mereka sendiri, kecantikan, dan kesalehan. Sebagian besar Muslimah yang sadar akan penampilan fisiknya, mulai mengonsumsi barang dan jasa produk kecantikan halal sebagai cara penting untuk membangun identitas spesifik sebagai perempuan Islami yang saleh, tidak hanya sebagai seorang Muslim. Selain itu, pemahaman dan praktik keindahan penampilan dan kesalehan di kalangan Muslimah kelas menengah semakin kompleks. Meski tidak selalu berjalan beriringan, namun para Muslimah ini berpandangan bahwa kecantikan dan kesalehan, merupakan bagian integral dari kehidupan mereka sehari-hari dan keduanya sama-sama memiliki peranan penting.¹⁰

Mengikuti kecenderungan pertama, kecenderungan kedua memandang hubungan Muslimah dengan kosmetik sebagai bentuk ekspresi diri dan peningkatan kesejahteraan psikologis. Dalam konteks ini, kosmetik tidak hanya dianggap sebagai alat kecantikan, tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan emosional dan sosial. Sebagaimana diulas oleh

¹⁰ Yanwar Pribadi and Muhammad Adlin Sila, "Intertwining Beauty and Piety: Cosmetics, Beauty Treatments, and Halāl Lifestyle in Urban Indonesia," *Ulumuna* 27, no. 1 (June 12, 2023): 33–64, <https://doi.org/10.20414/ujis.v27i1.588>.

Robertson dan Kingsley, menurutnya penggunaan kosmetik dalam kaitannya dengan manipulasi penampilan menjadi hal yang penting. Peningkatan daya tarik melalui kosmetik banyak dilakukan oleh perempuan karena sadar akan keuntungan yang mereka dapatkan dari lingkungan sosial ketika mereka memiliki penampilan yang cantik dan menarik. Misal dalam psikologi pekerjaan, seseorang yang lebih menarik lebih berpeluang untuk diterima bekerja dan menikmati kemungkinan promosi yang lebih besar dibandingkan rekan-rekan mereka yang kurang menarik. Temuan serupa juga banyak dijumpai dalam dunia politik, pendidikan, dan hubungan asmara.¹¹

Selanjutnya, Britton mengkaji pengaruh industri kecantikan terhadap perempuan. Menurutnya, terdapat banyak iklan yang menampilkan perempuan cantik sesuai dengan standar kecantikan sosial yang tidak realistis, mengakibatkan kecemasan, rendah diri, dan kehilangan rasa percaya diri pada sebagian besar perempuan. Emosi negatif ini bermula dari ketidak-bahagiaaan perempuan tersebut atas tubuh dan penampilannya. Kondisi ini mendorong perempuan untuk lebih ekstra dalam berupaya menjadi cantik, sehingga tidak sedikit perempuan yang mengeluarkan dana besar untuk membeli kosmetik bahkan melakukan operasi plastik. Upaya ini mereka lakukan untuk meningkatkan citra diri sehingga keberadaanya diakui secara sosial.¹²

¹¹ Julia M. Robertson and Barbara E. Kingsley, “Behind the Façade: Motivations for Cosmetic Usage by Women,” *Sage Open* 11, no. 4 (October 1, 2021): 21582440211061573, <https://doi.org/10.1177/21582440211061573>.

¹² “Britton, A. M. (2012). The Beauty Industry’s Influence on Women in Society. Honors Theses, Paper 86. - References - Scientific Research Publishing,” accessed July 17, 2024, <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2468773>.

Jones dan Kramer menambahkan bahwa perempuan di dunia Barat lebih cenderung melakukan modifikasi penampilan terutama melalui penggunaan kosmetik. Perempuan Amerika menggunakan kosmetik karena berbagai alasan. Mulai dari rasa cemas terhadap tampilan wajah, kesesuaian dengan norma-norma sosial, kesadaran diri di ruang publik, hingga tampil lebih ramah di depan orang lain. Kosmetik efektif dalam meningkatkan persepsi sosial yang ingin diperlihatkan oleh pemakainya, dalam hal menunjukkan kompetensi, agar dapat disukai, serta dipercaya sebagai pribadi yang bergengsi dan dominan. Kosmetik juga mempengaruhi perilaku orang lain yang disebabkan oleh meningkatnya daya tarik seseorang atas wajah yang terdokumentasi dengan baik.¹³ Pada gilirannya, penggunaan kosmetik oleh para perempuan bertujuan untuk menunjukkan eksistensinya agar dapat diakui, mendapat pujian dan penguatan positif dari orang lain sebagai respons terhadap penampilan yang ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan suasana hati dan kesejahteraan emosional.

Sejauh penelusuran terhadap kajian-kajian studi mengenai kosmetik halal sangatlah beragam, namun sangat sedikit yang benar-benar meneliti praktik ekspresi konsumsi kuteks halal secara spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkombinasikan atau memadukan dua kecenderungan di atas. Artinya, fenomena tren kuteks halal di kalangan perempuan Muslim tidak hanya

¹³ Alex L. Jones and Robin S. S. Kramer, "Facial Cosmetics and Attractiveness: Comparing the Effect Sizes of Professionally-Applied Cosmetics and Identity," *PLOS ONE* 11, no. 10 (October 11, 2016): e0164218, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0164218>.

semata-mata dipilih untuk mengikuti tren kecantikan modern, tetapi juga menjadi bentuk subjektivitas dan agensi yang dialami oleh penggunanya. Meskipun demikian, studi-studi yang telah disebutkan di atas telah membantu memahami posisi penelitian ini. Kajian-kajian sebelumnya memberikan landasan teoretis dan empiris yang penting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam diskursus kosmetik halal, khususnya dalam memahami bagaimana tren kuteks halal berperan dalam kehidupan perempuan Muslim di Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas pemahaman kita tentang kosmetik halal, tetapi juga memperkaya wacana tentang hubungan antara agama, budaya, dan konsumsi dalam masyarakat Muslim kontemporer.

E. Kerangka Teoretis

Penelitian ini menggunakan kerangka “Leisurely Islam” yang dikembangkan oleh Mona Harb dan Lara Deeb ketika meneliti pemuda yang menegosiasikan kepemudaan mereka dengan praktik konsumsi café dan alkohol di Beirut. Pemuda di Beirut pada awal 1990-an pasca okupasi Israel mengikuti perkembangan modernisasi Lebanon dengan kebiasaan *nongkrong* di café dan tanpa meminum alkohol, yang pada dasarnya dilarang oleh Islam.¹⁴ Pada titik ini, pemuda di sana menegosiasikan pengalaman keagamaan yang dianut dengan nilai pemberdayaan diri yang dilakukan secara otonom. Studi ini

¹⁴ Mona Harb and Lara Deeb, *Leisurely Islam: Negotiating Geography and Morality in Shi'ite South Beirut* (United Kingdom: Princeton University Press, 2013).

melihat bagaimana perempuan Muslim yang ingin tampil cantik modern dan sekaligus menjadi Muslim yang baik pada studi kasus penggunaan kuteks halal. Studi ini menyoroiti subjektivitas dan agensi perempuan muslim di Yogyakarta di balik penggunaan kutek yang diperdebatkan kehalalannya oleh banyak muslim

Subjektivitas telah menjadi bagian penting dalam diskusi pada subjek sosial sains dan humaniora pada abad ke-20.¹⁵ Alasannya adalah karena subjektivitas dianggap sebagai “dimensi utama dari eksistensi manusia” dan terkait dengan dasar agensi. Istilah agensi mengacu pada “niat sadar, pemberdayaan diri, kehendak dari intensionalitas, otonomi, dan kebebasan sebagai kebalikan dari asumsi strukturalis tentang subjek yang tidak otonom dan struktur yang menentukan.”¹⁶ Namun, perspektif Neo-Marxis mempersoalkan agensi dan subjektivitas sebagai sesuatu yang tidak pernah otonom. Subjek dibentuk oleh kondisi material, kekuasaan, dan bahasa.¹⁷

Berbagai sudut pandang dalam merepresentasikan subjektivitas dan agensi dalam ilmu sosial menghasilkan definisi yang berbeda. Luhmann¹⁸ mengungkapkan bahwa para antropolog menggunakan istilah subjektivitas secara longgar dari “kehidupan batin yang dibagi bersama subjek, hingga cara subjek merasa, merespons, dan mengalami.” Sementara itu, untuk

¹⁵ Sherry B. Ortner, “Subjectivity and Cultural Critique,” *Anthropological Theory* 5 (2005).

¹⁶ Talal Asad, “Agency and Pain: An Exploration,” *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal* 1, no. 1 (2000): 29–60; Sherry B. Ortner, “Theory in Anthropology since the Sixties,” *Anthropological Theory* 5 (2005): 126–66; Amira Mittermaier, “Dreams from Elsewhere: Muslim Subjectivities beyond the Trope of Self-Cultivation,” *Journal of the Royal Anthropological Institute* 18 (2012): 247–65.

¹⁷ Max Weber, “Science as a Vocation,” *Daedalus* 87, no. 1 (1958): 111–34.

¹⁸ T. M Luhmann, “Subjectivity,” *Anthropological Theory* 6 (2006): 345–61.

memfasilitasi pandangan yang berbeda dalam memahami subjektivitas, Ortner mengajukan: “kumpulan mode persepsi, efek, pemikiran, keinginan, ketakutan, dan sebagainya yang menghidupkan subjek yang bertindak. Tetapi selalu juga bermaksud formasi budaya dan sosial yang membentuk, mengatur, dan memprovokasi mode afek, pemikiran, dan sebagainya.” Definisi Ortner tentang subjektivitas tampaknya mengaitkan debat tentang subjek seperti yang disebutkan di atas. Dia merepresentasikan subjek dengan niat dan pilihan, dan pada saat yang sama menekankan bahwa niat dan pilihan subjek dibentuk oleh lingkungannya. Lingkungan yang membentuk muslim dalam kehidupan sehari-hari tampak mempengaruhi konsepsi nilai diri dan negosiasi perempuan muslim, dan keterkaitannya dengan kutek halal dalam subjek penelitian ini.

Meskipun ada perhatian ilmiah yang jelas untuk meneliti dan mengelaborasi konsep subjektivitas dalam ilmu sosial modern, kenyataannya sebagian besar studi antropologis dan sosiologis yang menangani Islam serta budaya dan masyarakat Muslim mengabaikan untuk mengarahkan diskusi subjektivitas pada agama dan subjek religius. Kurangnya perhatian yang memadai terhadap subjektivitas religius, menurut beberapa sarjana,¹⁹ secara signifikan terkait dengan representasi keilmuan dasar dalam ilmu sosial yang menganggap ‘subjektivitas religius’ sebagai antitesis dari ‘subjektivitas modern.’

¹⁹ Najib Kailani, “Articulations of Islam and Muslim Subjectivity: Fundamental Debates in the Anthropology of Islam,” in *Commerce, Knowledge, and Faith: Islamization of the Modern Indonesian and Han-Speaking Muslim Ummahs, CMS Series of Study in Multi-Culture*, 4 (National Cheng Kung University: Taiwan: Center for Multicultural Studies, College of Liberal Arts, 2020).

Subjek modern digambarkan sebagai rasional, bertanggung jawab, dan bijaksana; sementara itu, subjek religius justru digambarkan sebagai irasional, tidak reflektif, dan penuh takhayul. Weber menyebut situasi ini sebagai *disenchantment of the world* (hilangnya pesona dunia) di mana sains menjadi nilai tertinggi yang menggantikan iman dan mitos.²⁰ Singkatnya, pandangan ini menghasilkan asumsi umum dalam ilmu sosial yang mengklaim bahwa menjadi subjek religius tidak sejalan dengan menjadi modern. Namun hal ini terkadang tidak sepenuhnya sesuai pada fakta lapangan, beberapa sarjana muslim.²¹

Asad membedakan antara subjektivitas dan identitas. Bagi dia, pertanyaan 'siapakah saya?' yang dihadapi oleh Muslim biasa dalam kehidupan sehari-hari seperti yang disebutkan di atas adalah pertanyaan eksistensial. Sementara itu, identitas mengelaborasi pertanyaan "Siapakah kamu?" yang melekat pada negara modern untuk mengontrol dan mengidentifikasi kesamaan daripada keunikan. Ini terkait dengan pertanyaan administratif dan politik daripada eksistensial.

Sejalan dengan klaim Asad tentang kesenjangan antara apa yang diartikulasikan oleh intelektual Muslim tentang Muslim dan bagaimana Muslim mendefinisikan diri mereka sendiri, Dietrich Jung, Marie Juul, dan

²⁰ Weber, "Science as a Vocation."

²¹ John R. Bowen, "Modern Intentions: Reshaping Subjectivities in an Indonesian Muslim Society," in *Islam in an Era of Nation-State: Politics and Religious Renewal in Muslim Southeast Asia* (Honolulu: Hawai'i University Press, 1997).

Sara Lei Sparre²² dalam publikasi terbaru mereka telah melihat berbagai diskursus tentang subyektivitas Muslim modern antara apa yang diartikulasikan dan diproyeksikan oleh intelektual Muslim tentang subjek Muslim modern dan apa yang diungkapkan dan dikatakan oleh Muslim biasa tentang keislaman mereka. Mereka menjelaskan bahwa bentuk-bentuk subyektivitas Muslim modern awalnya didominasi oleh proyeksi intelektual Muslim tentang subjek Muslim modern. Mereka menelusuri gagasan tersebut dari Afghani, Abduh hingga Hassan Al-Banna.

Abduh mendefinisikan Muslim modern sebagai subjek otonom dengan disiplin kerja, pendidikan, dan komitmen religius. Sementara itu, Hassan al-Banna, pendiri Ikhwanul Muslimin, memproyeksikan Muslim modern sebagai orang yang gagah, berbudi luhur, rajin, temperate, bersih, tepat waktu, percaya diri, sederhana, sopan, aktif secara fisik, produktif, dan spiritual Muslim yang kokoh terikat dalam kehidupan komunitas.²³ Ide-ide ini diproyeksikan untuk disebarakan melalui komunitas Muslim dan negara. Selain mengacu pada ide-ide ini, Dietrich Jung dan yang lainnya juga menunjukkan bahwa baru-baru ini Muslim telah menghasilkan subyektivitas mereka sendiri tanpa mengikuti resep dari intelektual Muslim manapun.

Selain hal-hal yang telah dibicarakan di atas, modalitas agensi pada setiap subyektivitas perempuan Muslim dalam praktik penggunaan kutek halal pada waktu-waktu tertentu juga menjadi topik penting yang perlu dianalisis

²² Dietrich Jung, Marie Juul Petersen, and Sara Lei Sparre, *Politics of Modern Muslim Subjectivities: Islam, Youth, and Social Activism in the Middle East* (New York: Palgrave Macmillan, 2014).

²³*Ibid.*

lebih lanjut dalam penelitian ini. Aspek-aspek yang mendorong popularitas praktik ini di kalangan perempuan Muslim di Yogyakarta mencakup faktor-faktor budaya, religiusitas, serta tren mode dan kecantikan yang berkembang. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bentuk resistensi yang muncul dari beberapa perempuan Muslim yang memilih untuk tidak menggunakan kutek halal. Resistensi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk preferensi pribadi, pandangan agama yang berbeda, atau persepsi tentang autentisitas dan integritas dalam praktik keagamaan. Analisis ini akan mencakup perspektif dari produsen kosmetik halal, serta pengalaman dan pandangan konsumen yang memutuskan untuk tidak menggunakan produk tersebut.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah serangkaian langkah sistematis untuk mencari data yang terkait dengan masalah tertentu, kemudian data tersebut diolah dan dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan. Penelitian dilakukan untuk menganalisis fakta yang ada menggunakan ukuran pengetahuan guna menemukan kebenaran.²⁴Peneliti mencoba menggunakan metode penelitian yang dianggap sesuai dengan bahasan peneliti, mengingat tidak semua metode dapat digunakan dalam semua bahasan. Desain penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi lapangan.

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

Penggalian data dilakukan secara intensif sejak Maret sampai Juli 2023. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara. *Pertama*, melakukan wawancara terhadap subjek penting dalam industri kuteks, meliputi nailist dan pengguna jasa atau konsumen. Nailist yang diwawancarai berjumlah tiga orang yakni pemilik Jezna Nail Art, Glamshine Beauty Studio, dan La Belle Beauty Bar. Sementara konsumen yang diwawancarai berjumlah tujuh orang yang aktif menggunakan jasa nailist pada salah satu dari tiga tempat yang telah disebutkan. Secara keseluruhan saya mewawancarai sepuluh perempuan Muslim, dengan rentan usia 22-34 tahun. Selama wawancara, saya mengeksplorasi pengalaman dan motivasi yang melatar-belakangi mereka dalam menjual dan mengkonsumsi kuteks.

Perjumpaan awal dengan pemilik Jezna Nail Art secara langsung di Jl. Tentara Pelajar No. 7 Magelang pada tanggal 08 Maret 2024. Percakapan kemudian berlanjut secara daring melalui *WhatsApp* hingga 17 Juli 2024. Di tempat ini, saya sempat menitipkan link google form yang berisi kuesioner untuk disebar ke konsumen Jezna Nail Art. Dengan metode tersebut, saya dapat terhubung dengan dua konsumen yang pada akhirnya menjadi narasumber penggalan data secara daring melalui pesan *WhatsApp*.

Selanjutnya, pada lokasi kedua, yakni Glamshine Beauty Studio. Saya pertama kali terhubung pada 23 Mei 2024, akan tetapi pertemuan awal dengan pemilik terjadi pada 28 Mei 2024 di studio Glamshine cabang Taman Siswa, pertemuan kedua dan ketiga di studio Glamshine cabang Seturan. Meskipun pada awalnya saya cukup kesulitan untuk mendapatkan nawasumber dari sisi

konsumen, akan tetapi pada akhirnya saya dapat mewawancarai tiga orang. Ketiga narasumber tersebut saya dapatkan dari pencarian pada laman Instagram Glamshine yang menampilkan testimoni pelanggan. Pelanggan yang memberikan testimoni kemudian saya kirim *direct message* melalui akun Instagram pribadi saya, untuk saya mintai kesediannya menjadi narasumber. Wawancara saya lakukan secara luring di sebuah *coffe shop* dengan salah satu konsumen, dan secara daring melalui pesan *WhatsApp* dan Instagram pada kedua konsumen lainnya. Sedangkan di La Belle Beauty Bar, perjumpaan awal dengan pemilik di Jl. Tantular Pringwulung, pada 23 Mei 2024. Untuk mendapatkan narasumber dari sisi konsumen, di sini saya menerapkan metode yang sama dengan yang saya lakukan di Glamshine. Pada akhirnya saya terhubung dengan dua narasumber.

Kedua, Saya juga melakukan observasi partisipatif dengan menjadi konsumen di ketiga lokasi tersebut. Langkah ini diambil untuk dapat terlibat langsung dalam situasi yang diamati serta memperoleh pengalaman dan wawasan yang lebih mendalam. *Ketiga*, saya memanfaatkan dokumentasi seperti buku, berita, katalog, dan sumber daring seperti YouTube dan Instagram yang relevan dengan topik penelitian saya.

G. Sistematika Pembahasan

Agar lebih sistematis dan mudah dipahami secara komprehensif dan logis, peneliti menyusun pembahasan tesis ini ke dalam lima bab. Bab pertama memaparkan pendahuluan yang terdiri dari tujuh sub bab. Yakni, latar

belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab kedua membahas tentang jalinan hubungan antara Muslimah dengan kosmetik. Pada bab ini akan dimulai dengan menguraikan. Bab ini dimulai dengan menguraikan karakteristik kelompok kelas menengah dalam upaya berhias dan menjaga penampilan. Selanjutnya, bab ini juga akan menguraikan mengenai lahirnya kosmetik halal, khususnya kuteks. Bab ini pula penjelasan mengenai historisitas seni mewarnai dan menghias kuku dari segi kultural hingga menjadi budaya populer dan bagaimana pergeseran penggunaan henna hingga tren *halal nail art* akan dijabarkan.

Bab ketiga menguraikan hasil temuan lapangan dari narasumber yang saya temui, meliputi produsen pembuat jasa *nail art* atau yang dikenal sebagai seorang nailist. Secara keseluruhan, narasumber yang saya jumpai merupakan seorang Muslimah yang rutin mengaplikasikan kuteks pada kuku jemarinya. Bab ini juga dilengkapi dengan alasan mengapa mereka membuat dan memakai kuteks, preferensi mereka mengenai kuteks bersertifikat halal dan tidak bersertifikat halal, serta latar belakang sosial-beragama mereka. Pada bab ini pula dapat diketahui bagaimana perbedaan kuteks bersertifikat halal dan tidak bersertifikat halal.

Bab keempat merupakan hasil deskripsi dan analisis dari data yang konsumen atau pengguna kutek halal dan non-halal. Pada bab ini pembahasan lebih mengarah pada bagaimana seorang perempuan menjadi muslim juga menjadi modern pada satu sisi. Data ini seakan menegaskan bahwa pertemuan

Islam dengan modernitas diartikulasikan oleh perempuan muslim di Yogyakarta dalam kehidupan sehari-hari. Di samping itu justru terjadi negosiasi pada perempuan muslim yang tidak terlalu berhubunga dengan nilai religisitas terkait kutek. Terakhir, bab kelima yang berisi kesimpulan secara keseluruhan dari semua bab untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan pada bab pertama. Bab ini juga akan menyertakan saran-saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pemaknaan kecantikan dan artikulasinya dalam praktik kehidupan sehari-hari oleh perempuan muslim di Yogyakarta menjadi beragam, dan dipengaruhi oleh pengalaman subjektivitas individu yang berbeda-beda dengan lingkungan yang berbeda pula. Dalam penelitian ini fokus pada penggunaan kuteks atau nail art sebagai ekspresi kecantikan. Namun tidak hanya itu, perdebatan penggunaan yang dilandaskan pada nilai agama juga menjadi pertimbangan dan negosiasi yang dilakukan oleh perempuan muslim di Yogyakarta. Penelitian ini menemukan hasil kesimpulan beberapa hal, yaitu:

Pertama, Penggunaan kuteks oleh perempuan Muslim di Yogyakarta adalah praktik yang dibentuk oleh lingkungan, di mana motivasi untuk tampil lebih menarik memainkan peran yang signifikan. Harapan sosial untuk menjaga penampilan yang cantik menjadi alasan kuat bagi banyak perempuan untuk memasukkan kuteks atau nail art ke dalam rutinitas kecantikan sehari-hari mereka. Keinginan untuk meningkatkan penampilan ini semakin didukung oleh ketersediaan berbagai produk dan layanan kuteks yang ditawarkan oleh para *nailist*. Para *nailist* ini memainkan peran penting dalam memfasilitasi ekspresi kecantikan di kalangan perempuan Muslim di Yogyakarta dengan menyediakan berbagai macam pilihan kuteks yang disesuaikan dengan preferensi dan pertimbangan agama yang berbeda. Akibatnya, konvergensi antara keinginan perempuan untuk mengekspresikan kecantikan mereka dan

ketersediaan layanan perawatan kuku yang disesuaikan ini telah menyebabkan penerimaan dan popularitas kuteks yang lebih luas dalam komunitas Muslim di Yogyakarta.

Seiring berjalannya waktu, interaksi antara permintaan dan penawaran ini telah berkontribusi pada diversifikasi penawaran kuteks, menjadikannya lebih bervariasi dan mudah diakses. Tren ini tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang kuteks di kalangan perempuan Muslim Yogyakarta, tetapi juga menempatkannya sebagai bagian integral dari gaya hidup modern dan praktik kecantikan mereka. Semakin meningkatnya prevalensi penggunaan kuteks mencerminkan interaksi dinamis antara nilai-nilai budaya, praktik keagamaan, dan ekspresi pribadi, yang menyoroti cara-cara halus di mana perempuan Muslim menavigasi identitas mereka dalam konteks standar kecantikan kontemporer.

Kedua, Kuteks telah menjadi bagian dari gaya hidup perempuan Muslim di Yogyakarta, namun penggunaannya menimbulkan berbagai respons dan perdebatan terkait statusnya dalam Islam. Beberapa kelompok berpendapat bahwa penggunaan kuteks dapat menghalangi pelaksanaan ibadah, khususnya salat, karena kuteks dianggap sebagai lapisan yang mencegah air wudu menyentuh permukaan kuku secara langsung. Di sisi lain, untuk memenuhi kebutuhan akan penampilan yang menarik sekaligus tetap taat beragama, banyak perempuan Muslim di Yogyakarta berusaha menegosiasikan antara nilai-nilai agama dengan keinginan untuk tampil cantik sesuai dengan gaya hidup modern. Salah satu cara yang ditempuh oleh perempuan Muslim ini

adalah dengan memilih kuteks yang telah tersertifikasi halal. Kuteks jenis ini dipercaya telah dirancang agar air tetap dapat menembus lapisannya, sehingga tidak menghalangi pelaksanaan wudu dan dianggap sah untuk digunakan dalam menjalankan ibadah, terutama salat. Keberadaan kuteks halal ini menjadi solusi bagi perempuan Muslim yang ingin menyeimbangkan antara tuntutan penampilan modern dan kepatuhan terhadap ajaran agama.

Namun, terdapat perbedaan pandangan di kalangan perempuan Muslim terkait pentingnya aspek keagamaan dalam memilih dan menggunakan kuteks. Bagi mereka yang sangat terhubung dengan nilai-nilai agama, aspek halal dan kesesuaian dengan syariat menjadi pertimbangan utama. Mereka menggunakan kuteks halal pada keseharian mereka dengan landasan keyakinan bahwa kuteks tersebut dapat digunakan untuk ritual ibadah. Namun terdapat pula beberapa kelompok yang menganggap penting kesalehan dan kecantikan, tetapi hanya menggunakan kuteks pada saat-saat tertentu, seperti ketika berhalangan atau haid (menstruasi) agar tidak mengganggu aktivitas religius mereka. Sementara itu, bagi perempuan Muslim yang kurang terkait erat dengan nilai-nilai keagamaan, aspek lain seperti estetika, kenyamanan, kesehatan, atau tren mode mungkin lebih diutamakan meskipun mereka tetap mengidentifikasi diri sebagai Muslim. Dengan demikian, praktik keagamaan dan modernitas mempengaruhi performativitas perempuan Muslim dalam menegosiasikan penggunaan kuteks. Perempuan Muslim di Yogyakarta menunjukkan beragam cara dalam mengintegrasikan kedua hal ini ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini mencerminkan kompleksitas identitas

perempuan Muslim modern yang berada di persimpangan antara tradisi dan modernitas, serta bagaimana mereka menavigasi tuntutan agama dan tuntutan sosial dalam konteks yang terus berkembang.

B. Saran

Tesis ini berusaha menganalisis dan menjelaskan fenomena tren halal yang merambah pada praktik kesalehan yang dilakukan oleh para konsumen kuteks halal dan non halal di Yogyakarta. Penelitian ini menunjukkan bahwa alasan konsumen menggunakan kuteks halal disebabkan oleh pandangan subjektivitas dan agensi pada diri konsumen. Konsumen kuteks halal tidak hanya melihat aspek estetik, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian produk dengan nilai-nilai keagamaan yang mereka anut. Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang kompleks antara agama, budaya, dan preferensi pribadi dalam keputusan konsumen.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi kajian lebih lanjut dalam diskursus halal dan budaya kesalehan di Indonesia. Namun, perlu diakui bahwa selesainya penelitian ini bukan berarti telah sempurna, melainkan masih menyisakan banyak kekurangan dan topik yang memerlukan kajian lebih lanjut. Beberapa aspek yang perlu diteliti lebih dalam antara lain: Pertama, pemahaman keagamaan konsumen kuteks halal, terutama dalam hal pandangan mereka mengenai halal dan haramnya suatu produk. Pemahaman ini dapat bervariasi antara individu, tergantung pada tingkat pengetahuan agama dan interpretasi personal terhadap hukum Islam. Kedua, hukum kuteks jika ditinjau

dari perspektif hukum Islam dan fatwa-fatwa otoritas keagamaan. Penelitian ini perlu mengeksplorasi bagaimana otoritas keagamaan menilai penggunaan kuteks dalam konteks ibadah, serta bagaimana fatwa-fatwa ini mempengaruhi perilaku konsumen Muslim. Ketiga, pengaruh iklan dan media sosial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kuteks halal. Di era digital saat ini, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen. Iklan yang cerdas dan strategi pemasaran yang efektif dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang suatu produk, termasuk kuteks halal.

Dengan pemahaman dari ketiga aspek tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang dinamika penggunaan kuteks halal di kalangan Muslimah di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang lebih mendalam dan luas, mengkaji interaksi antara agama, budaya, dan praktik konsumsi dalam konteks yang lebih luas.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Bowen, John R. "Modern Intentions: Reshaping Subjectivities in an Indonesian Muslim Society." In *Islam in an Era of Nation-State: Politics and Religious Renewal in Muslim Southeast Asia*. Honolulu: Hawai'i University Press, 1997.

Geertz, Clifford. *Islam Observed: Religious Development in Morocco and Indonesia*. University of Chicago Press, 1971.

Gellner, Ernest. *Postmodernism, Reason and Religion*. London: Routledge, 1992.
<https://doi.org/10.4324/9780203410431>.

Gonzales, Valerie. *Beauty and Islam: Aesthetics in Islam Art and Architecture*. New York: St Maritins Press, 2001.

Harb, Mona, and Lara Deep. *Leisurely Islam: Negotiating Geography and Morality in Shi'ite South Beirut*. United Kingdom: Princeton University Press, 2013.

Janmohamed, Shelina. *Generation M: Young Muslims Changing the World*. London: B.Tauris & Co. Ltd, 2016.

Jati, Warsito Raharjo. *Politik Kelas Menengah Muslim Indonesia*. Jakarta: Pustaka LP3ES, 2017.

Jefford, Jacqui, Anne Swain, and Sue Marsh. *Nail Artistry*. Thomson Learning, 2004.

Jung, Dietrich, Marie Juul Petersen, and Sara Lei Sparre. *Politics of Modern Muslim Subjectivities: Islam, Youth, and Social Activism in the Middle East*. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

Kailani, Najib. "Articulations of Islam and Muslim Subjectivity: Fundamental Debates in the Anthropology of Islam." In *Commerce, Knowledge, and Faith: Islamization of the Modern Indonesian and Han-Speaking Muslim Ummahs*, CMS Series of Study in Multi-Culture. 4. National Cheng Kung University: Taiwan: Center for Multicultural Studies, College of Liberal Arts, 2020.

Manzo, Annalisa. "On Certification and Beauty: Representations of Halal Cosmetics on YouTube in Indonesia." In *Gender, Islam and Sexuality in Contemporary Indonesia*, edited by Monika Arnez and Melani Budianta, 87–104. Singapore: Springer Nature, 2024. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5659-3_5.

Ortner, Sherry B. "Subjectivity and Cultural Critique." *Anthropological Theory* 5 (2005).

———. "Theory in Anthropology since the Sixties." *Anthropological Theory* 5 (2005): 126–66.

Shirazi, Faegheh. *Brand Islam the Marketing and Commodification of Piety*. Texas: University of Texas Press, 2016.

Sugiono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Weber, Max. "Science as a Vocation." *Daedalus* 87, no. 1 (1958): 111–34.

———. *The Sociology of Religion*. Beacon Press, 1963.

Artikel

Afrizal, M. Yusuf, and Bob Alfiandi. "Meta Analisis Studi Kelas Menengah Muslim Di Indonesia." *Journal of Religion and Society* 4, no. 1 (2022).

- Akir, O. "Consumers' Shopping Behaviour Pattern on Selected Consumer Goods: Empirical Evidence on Malaysian Consumers," 2010. <https://www.semanticscholar.org/paper/Consumers%20BF-Shopping-Behaviour-Pattern-on-Selected-Akir/109606800c56b07831130f254712ca9d4d55c7d8>.
- Asad, Talal. "Agency and Pain: An Exploration." *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal* 1, no. 1 (2000): 29–60.
- Ashraf, Samreen, Asmah Mansur Williams, and Jeff Bray. "Female Muslim Identity and Modest Clothing Consumption in the UK." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 9 (January 1, 2022): 2306–22. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0167>.
- Assadi, Djamchid. "Do Religions Influence Customer Behavior? Confronting Religious Rules and Marketing Concepts." *Cahiers Du CEREN* 5 (January 1, 2003).
- B, Burhanuddin, and Riyanto S. "Perilaku Konsumen Muslim Indonesia Terhadap Perkembangan Produk Makanan Dan Minuman Halal." *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 10, no. 2 (2022): 645–54. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.489>.
- Basas, Carrie Griffin. "Henna Tattooing: Cultural Tradition Meets Regulation." *Food and Drug Law Journal* 62, no. 4 (2007): 779–803.
- Booth, Gregory D. "Brass Bands: Tradition, Change, and the Mass Media in Indian Wedding Music." *Ethnomusicology* 34, no. 2 (1990): 245–62. <https://doi.org/10.2307/851685>.

Cho, Han-Sol, and Yun-Kyeong Mun. "A Study of Nail Art Design Applying the Art Form of Rococo From the 18th Century." *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association* 23, no. 3 (2021): 43–55. <http://doi.org/10.30751/kfcda.2021.23.3.43>.

Djajadiwangsa, Klareza Putri, and Yeshika Alversia. "Sustainable Beauty: Pengaruh Eco-Label, Product Attributes, Perceived Consumer Effectiveness (PCE), Dan Environmental Awareness Terhadap Green Purchase Behavior." *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6, no. 1 (2022): 121–37. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i1.263>.

Eickelman, Dale F. "The Coming Transformation in the Muslim World." *Current History* 99, no. 633 (January 1, 2000): 16–20. <https://doi.org/10.1525/curh.2000.99.633.16>.

Erwany, Lela, Ikhwanuddin Nasution, Robert Sibarani, and Muhammad Takari. "Local Wisdom In Malam Berinai Tradition In Malay Society, Tanjungbalai, North Sumatera, Indonesia." *Journal Arts and Humanities* 5 (May 19, 2016): 68–77.

Gode, P. K. "Studies in the History of Indian Plants-History of Mendi or Henna (Between B. C 2000 and A. D 1850)." *Annals of The Bhandarkar Oriental Reseach Institute* 28, no. 1/2 (April 1947): 14–25.

Hasbullah, Moeflich. "Cultural Presentation of The Muslim Middle Class in Conntemporary Indoesia." *Jurnal Studi Dinamika* 7, no. 2 (2000).

Hermawan, Ferry Fauzi. "KOSMOPOLITANISME, NEGOSIASI, DAN RESISTENSI: IDENTITAS PEREMPUAN MUSLIM DALAM IKLAN

KOSMETIK MUSLIM DI INDONESIA.” *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 10, no. 2 (July 2, 2018): 185–203. <https://doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2734>.

Jeong, Seung-Eun, and Mee-Kim Kim. “A Study on Check Pattern of Nail Art.” *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association* 17, no. 1 (2015): 53–68.

Jones, Alex L., and Robin S. S. Kramer. “Facial Cosmetics and Attractiveness: Comparing the Effect Sizes of Professionally-Applied Cosmetics and Identity.” *PLOS ONE* 11, no. 10 (October 11, 2016): e0164218. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0164218>.

K, Burhanuddin, Kasim N. A, Nordin S. K, and Buyong S. Z. “Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs.” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 5, no. 2 (2015). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v5-i2/1476>.

Krisnawati, Maria. “Nail Art: Sejarah, Bentuk, Warna, Dan Teknik Pembuatannya.” *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES*, 2002, 642.

Luhrmann, T. M. “Subjectivity.” *Anthropological Theory* 6 (2006): 345–61.

Luhtitianti, Ardaninggar. “Pemberian Reigius Oleh Kelas Menengah Uslim Indonesia Di Masa Pandemi: Alternatif Bagi Kebijakan Resiliensi Ekonomi Masyarakat.” In *Mosaik Sosiologi Agama: Refleksi Dinamika Keberagaman Di Indonesia*. Malang: Mazda Media, 2021.

Mittermaier, Amira. "Dreams from Elsewhere: Muslim Subjectivities beyond the Trope of Self-Cultivation." *Journal of the Royal Anthropological Institute* 18 (2012): 247–65.

Munjid, Ahmad. "Islam Yang Kental Dan Islam Yang Dalam - Minggu, 16 Agustus 2009 - The Jakarta Post." Accessed June 24, 2024. <https://www.thejakartapost.com/news/2009/08/16/thick-islam-and-deep-islam.html>.

Muthmainnah, Yulianti. "Kapitalisasi Politik Identitas dalam Produk Halal; Industri Fashion dan Kosmetika." *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 14, no. 1 (June 17, 2021): 1–31. <https://doi.org/10.21043/palastren.v14i1.7031>.

Pribadi, Yanwar. "Komodifikasi Islam dalam Ekonomi Pasar: Studi Tentang Muslim Perkotaan di Banten." *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 15 (1) (2019): 82–112.

Pribadi, Yanwar, and Muhammad Adlin Sila. "Intertwining Beauty and Piety: Cosmetics, Beauty Treatments, and Halāl Lifestyle in Urban Indonesia." *Uhumuna* 27, no. 1 (June 12, 2023): 33–64. <https://doi.org/10.20414/ujis.v27i1.588>.

Putri, Norma Nofita. "Perkembangan Bisnis Martha Tilaar Dalam Dunia Kecantikan Di Indonesia." *Avatara* 2, no. 3 (2014): 555–66.

Rimayanti, Rimayanti. "Industri Halal Dan Muslim Kelas Menengah: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal JEEP* 2, no. 2 (2022).

Robertson, Julia M., and Barbara E. Kingsley. "'Behind the Façade: Motivations for Cosmetic Usage by Women.'" *Sage Open* 11, no. 4 (October 1, 2021): 21582440211061573. <https://doi.org/10.1177/21582440211061573>.

Rofhani, Rofhani. "Budayan Urban Muslim Kelas Menengah." *Jurnal Teosofi* 3, no. 1 (2013).

Rychkoy, S. "Advertising Activity of Halal Restaurant Business: The Example of Kazan. Yearbook of Balkan and Baltic Studies." *Yearbook of Balkan and Baltic Studies* 2, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.7592/YBBS2.10>.

Sharaby, Rachel. "The Bride's Henna Ritual: Symbols, Meanings and Changes." *Nashim: A Journal of Jewish Women's Studies & Gender Issues*, no. 11 (2006): 11–42.

Sholichah, Inti Ulfi. "Kuteks Halal Dalam Islam: Analisis Fatwa MUI No 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaannya." *Fintech: Journal of Islamic Finance* 5, no. 1 (July 2023): 52.

Somantri, Bambang, and Ghina Cynthia Larasati. "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi." *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 5, no. 8 (2020): 497. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i8.1544>.

Website

"Bincang Halal by LPPOM MUI - Halal Beauty for Everyone! Tampil Cantik Dan Sehat Dg Kosmetik Halal - YouTube." Accessed July 17, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=KPr0gVOllCg>.

"Britton, A. M. (2012). The Beauty Industry's Influence on Women in Society. Honors Theses, Paper 86. - References - Scientific Research Publishing." Accessed

July 17, 2024.

<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2468773>.

“Eksplorasi Dunia Nail Art, Perjalanan Kreatif Dalam Warna Dan Desain - Tribunjogja.Com.” Accessed June 25, 2024.

<https://jogja.tribunnews.com/2023/07/12/eksplorasi-dunia-nail-art-perjalanan-kreatif-dalam-warna-dan-desain>.

“French Manicure, the History of a Great Classic,” April 30, 2023.

<https://blog.passionebeauty.com/en-gb/french-manicure-the-history-of-a-great-classic>.

IHATEC. “Perkembangan Kosmetik Halal di Indonesia | IHATEC.” *Indonesia Halal Training Center* (blog), February 11, 2022.

<https://ihatec.com/perkembangan-kosmetik-halal-di-indonesia/>.

“Ismael Al-Kholilie (@ismaelkholilie) • Instagram Photos and Videos.” Accessed July 17, 2024. <https://www.instagram.com/ismaelkholilie/>.

Jirsa, Lin and. “Mehndi | Indian Wedding Tradition.” Los Angeles Wedding Photographer | Lin and Jirsa, August 9, 2018. <https://www.linandjirsa.com/mehndi-photography-for-indian-weddings/>.

Media, Kompas Cyber. “Bagaimana Hukum Menggunakan Nail Arts atau Kutek Saat Shalat? Halaman all.” KOMPAS.com, April 10, 2023.

<https://www.kompas.com/tren/read/2023/04/10/100000365/bagaimana-hukum-menggunakan-nail-arts-atau-kutek-saat-shalat->.

“Mengenal Nail Art: Seni Kreatif Di Ujung Jari :: NewFemme :: Artikel.” Accessed June 25, 2024. <https://newfemme.co/id/artikel/detail/2235/mengenal-nail-art-seni-kreatif-di-ujung-jari>.

Mode, Kaki. “History of Nail Polish.” *The Fashion Foot* (blog), October 11, 2016. <https://edanafashion.wordpress.com/2016/10/11/history-of-nail-polish-2/>.

“Nail Art, Seni Melukis Kuku Yang Mulai Digandrungi Di Indonesia - Cantik Tempo.Co.” Accessed June 25, 2024. <https://cantik.tempco.co/read/897583/nail-art-seni-melukis-kuku-yang-mulai-digandrungi-di-indonesia>.

Nanda. “Sering Gunakan Nail Art Berlabel Halal? Ini Penjelasan Habib Usman Bin Yahya,” 2024. <https://www.arahberita.co.id/sering-gunakan-nail-art-berlabel-halal-ini-penjelasan-habib-usman-bin-yahya>.

ND24 NailDesign. “The history of nail art - nail design and nail art how it all began.” Accessed June 24, 2024. <https://nd24.de/en/pages/die-geschichte-der-nagelkunst-nageldesign-und-nailart-wie-alles-begann>.

Ri.Bionature. “Halal Cosmetics: Issues and Opportunities for Muslim.” Accessed June 19, 2024. <https://oribionature.com/halal-cosmetics-issues-opportunities-muslims/>.

Wawancara

Wawancara dengan Devina.

Wawancara dengan Evie.

Wawancara dengan Mela Malaya.

Wawancara dengan Naqiyyah Tasya.

Wawancara dengan Nisa Pratiwi.

Wawancara dengan Novita.

Wawancara dengan Nyayu Zia.

Wawancara dengan Syafarai.

Wawancara dengan Valencia.

Wawancara dengan Venia Putri.

